

173 Fiches de Révision

CAP EPC

Équipier Polyvalent du
Commerce

✓ Fiches de révision

✓ Fiches méthodologiques

✓ Tableaux et graphiques

✓ Retours et conseils



Conforme au Programme Officiel



Garantie Diplômé(e) ou Remboursé

4,5/5 selon l'Avis des Étudiants



capepc.fr

Préambule

1. Le mot du formateur :



Hello, moi c'est **Martin** !

D'abord, je tiens à te remercier de m'avoir fait confiance et d'avoir choisi www.capepc.fr pour tes révisions.

Si tu lis ces lignes, tu as fait le choix de la **réussite**, bravo.

Dans cet E-Book, tu découvriras comment j'ai obtenu mon **CAP Équipier Polyvalent du Commerce** avec une moyenne de **16,68/20** à l'examen final.

2. Pour aller beaucoup plus loin :

Vous avez été très nombreux à nous demander de créer une **formation 100 % vidéo** dédiée au domaine **Commerce & Gestion** pour maîtriser toutes les notions.

Chose promise, chose due : Nous avons créé cette formation unique composée de **5 modules ultra-complets** (1h08 au total) afin de t'aider à **réussir les épreuves** du CAP.



3. Contenu du dossier Commerce & Gestion :

1. **Vidéo 1 – Relation client & techniques de vente (16 min)** : Fondamentaux de la relation client en situation de vente.
2. **Vidéo 2 – Marketing & merchandising (14 min)** : Principes pour mettre en valeur l'offre et attirer le client.
3. **Vidéo 3 – Gestion commerciale & indicateurs de performance (15 min)** : Notions clés pour suivre les ventes et les résultats.
4. **Vidéo 4 – Organisation, administration & communication professionnelle (15 min)** : Repères pour s'organiser et communiquer au quotidien.
5. **Vidéo 5 – Logistique, transport & chaîne de valeur du client (15 min)** : Vue d'ensemble du parcours produit jusqu'au client.

➔ Découvrir

Table des matières

Français	Aller
Chapitre 1 : Lecture de textes	Aller
Chapitre 2 : Écriture de documents	Aller
Chapitre 3 : Expression orale	Aller
Chapitre 4 : Orthographe et grammaire	Aller
Histoire-Géographie	Aller
Chapitre 1 : Repères historiques	Aller
Chapitre 2 : Espaces et territoires	Aller
Chapitre 3 : Lecture de documents	Aller
Enseignement moral et civique	Aller
Chapitre 1 : Valeurs de la République	Aller
Chapitre 2 : Droits et devoirs	Aller
Chapitre 3 : Laïcité et respect	Aller
Chapitre 4 : Débat argumenté	Aller
Mathématiques	Aller
Chapitre 1 : Nombres et calculs	Aller
Chapitre 2 : Pourcentages et proportions	Aller
Chapitre 3 : Statistiques simples	Aller
Physique-Chimie	Aller
Chapitre 1 : Mesures et unités	Aller
Chapitre 2 : Électricité de base	Aller
Chapitre 3 : Matière et mélanges	Aller
Chapitre 4 : Sécurité au travail	Aller
Prévention-Santé-Environnement	Aller
Chapitre 1 : Santé au quotidien	Aller
Chapitre 2 : Prévention des risques	Aller
Chapitre 3 : Environnement et déchets	Aller
Langue vivante A (Anglais)	Aller
Chapitre 1 : Compréhension orale	Aller
Chapitre 2 : Compréhension écrite	Aller
Chapitre 3 : Interaction simple	Aller
Chapitre 4 : Lexique professionnel	Aller
Arts appliqués et cultures artistiques	Aller
Chapitre 1 : Couleurs et formes	Aller

Chapitre 2 : Mise en page	Aller
Chapitre 3 : Communication visuelle	Aller
Communication professionnelle et commerciale	Aller
Chapitre 1 : Posture professionnelle	Aller
Chapitre 2 : Écoute et reformulation	Aller
Chapitre 3 : Communication écrite simple	Aller
Chapitre 4 : Outils numériques	Aller
Recevoir et suivre les commandes	Aller
Chapitre 1 : Passer les commandes	Aller
Chapitre 2 : Réceptionner les colis	Aller
Chapitre 3 : Contrôler les livraisons	Aller
Chapitre 4 : Ranger et stocker	Aller
Chapitre 5 : Préparer les commandes	Aller
Mettre en valeur et approvisionner	Aller
Chapitre 1 : Mise en rayon	Aller
Chapitre 2 : Étiquetage et prix	Aller
Chapitre 3 : Signalétique du rayon	Aller
Chapitre 4 : Inventaire et démarque	Aller
Conseiller et accompagner le client dans son parcours d'achat	Aller
Chapitre 1 : Accueillir le client	Aller
Chapitre 2 : Identifier le besoin	Aller
Chapitre 3 : Argumenter et conseiller	Aller
Chapitre 4 : Finaliser la vente	Aller
Chapitre 5 : Gérer réclamations	Aller

Français

Présentation de la matière :

En **CAP EPC** (Équipier Polyvalent du Commerce), le **Français** t'aide à comprendre des consignes, expliquer un choix en rayon, rédiger un message pro, et t'exprimer sans te perdre. Cette matière conduit à l'épreuve de **Français, histoire-géographie** et EMC, notée sur 20 avec un **coefficient 3**.

En **CCF**, en dernière année, tu passes un **écrit de 2 heures** (3 étapes de 40 minutes), un oral de 10 minutes, plus un oral de 15 minutes pour histoire-géographie et EMC. En ponctuel, compte 2 h d'écrit et 25 min d'oral. Un camarade a pris confiance en répétant son oral 3 fois.

Conseil :

Pour réussir, vise **20 minutes par jour**, 4 jours par semaine, pas 2 heures la veille. Entraîne-toi à reformuler une situation de vente, puis à écrire 20 lignes propres, avec des connecteurs simples et des phrases courtes.

Quand tu révises, fais toujours:

- Lire 1 texte en 10 minutes
- Repérer 5 mots-clés
- Faire 1 mini plan

À l'oral, prépare 1 exemple lié au magasin, une mise en rayon, un drive, et soigne ta voix, débit lent, regard, posture. Le piège fréquent, c'est d'oublier la conclusion, alors termine par 1 idée claire.

Table des matières

Chapitre 1 : Lecture de textes	Aller
1. Comprendre un texte	Aller
2. Analyser et rédiger à partir d'un texte	Aller
Chapitre 2 : Écriture de documents	Aller
1. Préparer ton document	Aller
2. Rédiger selon le type de document	Aller
3. Mise en forme et relecture	Aller
Chapitre 3 : Expression orale	Aller
1. Préparer ta prise de parole	Aller
2. Techniques pour convaincre et écouter	Aller
3. Cas concret et pratique	Aller
Chapitre 4 : Orthographe et grammaire	Aller

1. Orthographe courante et pièges du commerce [Aller](#)
2. Grammaire utile au magasin : accords et conjugaisons [Aller](#)
3. Méthode rapide pour corriger et s'entraîner [Aller](#)

Chapitre 1 : Lecture de textes

1. Comprendre un texte :

Objectif et public :

Savoir identifier le but d'un texte et son public te permet de comprendre pourquoi l'auteur écrit, d'adapter ta lecture et de répondre correctement aux questions en examen.

Repérer les informations clés :

Cherche le thème, les idées principales et les mots répétés. Note titres, dates, noms et chiffres pour garder une trace utile lors de la synthèse ou de la préparation d'une réponse.

Méthode de lecture active :

Lis en deux temps, d'abord un survol rapide, puis une lecture attentive en soulignant et en prenant 6 à 10 idées que tu reformuleras avec tes mots.

Exemple d'annotation :

Tu surlignes le titre et tu tires une flèche vers le mot clé, puis tu notes en marge une phrase condensée de la première idée.

Astuce de stage :

En magasin, lis les affiches fournisseurs pendant 5 minutes chaque jour pour t'habituer à repérer l'information importante rapidement, cela t'évitera des erreurs au stock.

Étape	Action rapide
Survol	Lire titre et sous-titres en 1 minute
Souligner	Surligner mots clés et dates
Noter idées	Rédiger 6 à 10 idées en 10 minutes
Formuler	Rédiger phrases claires de 3 à 4 lignes
Relire	Relire 5 minutes pour vérifier sens et chiffres

2. Analyser et rédiger à partir d'un texte :

Plan simple :

Structure ta réponse en introduction, deux ou trois idées développées et une conclusion courte. Indique clairement l'idée principale de chaque paragraphe par une phrase d'accroche.

Connecteurs et vocabulaire clé :

Utilise des connecteurs pour organiser le discours, comme 'd'abord', 'ensuite', 'en conclusion'. Emploie un vocabulaire précis adapté au commerce, évite les formules vagues.

Erreurs fréquentes et conseils :

Ne recopie pas le texte, ne fais pas d'à-peu-près sur les chiffres. Sois synthétique, respecte la consigne de longueur, et relis-toi à voix basse pour vérifier le sens. Une fois en stage, j'ai retrouvé une erreur de prix grâce à une lecture attentive.

Mini cas concret :

Contexte: vendeur en stage lit l'étiquette fournisseur sur 50 produits, étapes: repérer prix, date, composition, résultat: 50 fiches synthétiques prêtes en 2 heures, livrable: tableur avec 50 lignes et colonnes prix et date.

Exemple d'organisation pour une réponse :

Introduction d'une phrase, deux paragraphes avec idée et preuve, conclusion de deux phrases, temps total conseillé 20 à 30 minutes pour un devoir court.

Ce qu'il faut retenir

Pour comprendre un texte, commence par identifier **l'objectif du texte** et son public, puis repère thème, idées principales, répétitions, dates, noms et chiffres.

- Adopte une **lecture active en deux temps** : survol rapide, puis lecture attentive en soulignant.
- Note 6 à 10 idées et reformule-les avec tes mots, sans recopier.
- Rédige avec un plan simple : introduction, 2 ou 3 idées, conclusion, et des connecteurs (d'abord, ensuite, en conclusion).
- Évite l'à-peu-près sur les chiffres, reste synthétique et relis-toi pour vérifier le sens.

En stage comme en examen, cette méthode t'aide à aller vite et juste. En t'entraînant à repérer l'info sur des affiches ou étiquettes, tu limites les erreurs de prix et tu produis des synthèses fiables.

Chapitre 2 : Écriture de documents

1. Préparer ton document :

Objectif et public :

Avant d'écrire, identifie qui lira ton document, et pourquoi. Cela te permet d'ajuster le ton, la longueur et les mots clés utiles en point de vente.

Structure simple :

Privilégie une structure claire en 3 parties : introduction courte, développement avec 2 à 4 idées, conclusion actionnable. C'est ce que les examinateurs et les employeurs apprécient.

Outils et durée :

Choisis l'outil adapté, papier ou numérique. Pour une fiche produit compte 10 à 20 minutes de rédaction, pour un compte rendu 20 à 40 minutes selon la longueur.

Exemple d'organisation d'une fiche produit :

Tu commences par le nom du produit, une phrase d'accroche de 10 mots, 3 caractéristiques et un prix, puis une ligne sur l'utilisation en magasin.

2. Rédiger selon le type de document :

Fiche produit :

Sois concret, indique marque, caractéristiques, prix, référence et avantage client. Utilise des phrases courtes pour faciliter la lecture au comptoir.

Mail professionnel :

Démarre par un objet clair de 4 à 8 mots, salue, indique le motif en une phrase, précise l'action attendue et signe. Vérifie l'orthographe avant envoi.

Compte rendu ou note interne :

Rédige l'essentiel : contexte, décisions prises, actions à suivre et responsable pour chaque tâche. Numérote les actions pour plus de lisibilité.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Dans un magasin, on a standardisé la fiche d'étiquette produit, gain de temps estimé 15 minutes par mise en rayon, soit 3 heures économisées par semaine pour une équipe de 4 personnes.

Type de document	Objectif	Tonalité
Fiche produit	Informé le client	Directe, commerciale
Mail	Demander ou confirmer	Professionnelle

Compte rendu	Tracer les décisions	Neutre, factuelle
--------------	----------------------	-------------------

3. Mise en forme et relecture :

Lisibilité et mise en page :

Utilise des titres, des listes à puces et des espaces. En magasin, une étiquette lisible en 2 secondes augmente la rapidité du service.

Vérifier et corriger :

Relis au moins 2 fois, vérifie dates, chiffres et orthographe. Une faute sur un prix peut créer une erreur de caisse importante.

Archivage et formats :

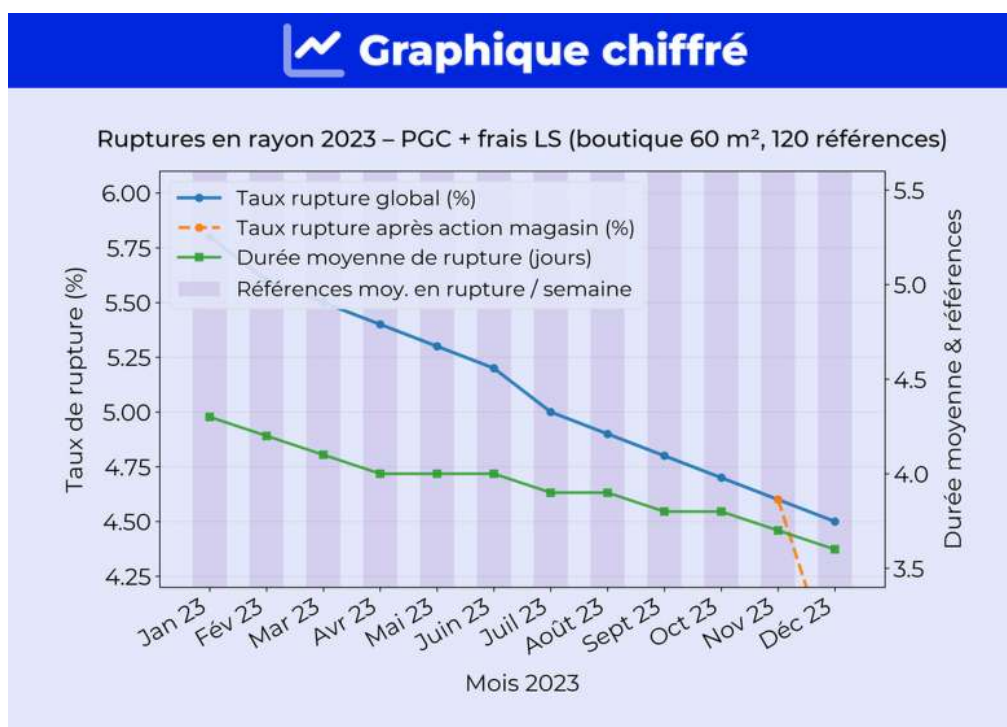
Garde une version papier et numérique. Sauvegarde au format PDF pour préserver la mise en forme si tu transmetts le document.

Astuce de stage :

Avant d'imprimer, fais relire ton document par un collègue, souvent il repère ce que tu ne vois plus après plusieurs lectures.

Mini cas concret :

Contexte : boutique alimentaire de 60 m², 120 références, rupture fréquente sur 5 références vedettes. Étapes : recenser ventes sur 7 jours, établir seuil de commande, rédiger bon de commande standardisé. Résultat : réduction des ruptures de 15 % en 2 semaines. Livrable attendu : bon de commande d'une page imprimable et un tableau Excel de suivi avec colonnes Référence, Stock actuel, Seuil, Quantité à commander.



Checklist opérationnelle :

Étape	À faire
Préparer	Identifier objectif et public
Rédiger	Utiliser phrases courtes et listes
Relire	Vérifier chiffres et orthographe
Archiver	Enregistrer PDF et copie papier

Pourquoi c'est utile pour ton CAP EPC ?

Parce que dans ton futur travail, tu écriras des étiquettes, des notes et des mails chaque jour. Maîtriser ces gestes te fera gagner du temps et soigner ton image professionnelle.

Exemple de mail simple :

Bonjour, je vous confirme la réception de la commande n°123, livraison prévue mardi, cordialement, prénom nom.

Astuce personnelle :

Lors de mon premier stage, j'ai perdu 20 minutes à chercher une info qui n'était pas notée, depuis je note toujours l'essentiel au même endroit.

Ce qu'il faut retenir

Avant d'écrire, clarifie **objectif et public** pour adapter ton ton, ta longueur et tes mots clés. Garde une **structure en 3 parties** : intro courte, 2 à 4 idées, conclusion actionnable, avec l'outil adapté (papier ou numérique).

- Fiche produit : marque, caractéristiques, prix, référence, avantage client, avec **phrases courtes**.
- Mail : objet clair, motif en une phrase, action attendue, signature, orthographe vérifiée.
- Compte rendu : contexte, décisions, actions numérotées et responsables.

Soigne la lisibilité (titres, puces, espaces) et fais une **relecture en 2 passes** : dates, chiffres, orthographe. Archive en papier et en PDF, et fais relire par un collègue pour éviter les erreurs.

Chapitre 3 : Expression orale

1. Préparer ta prise de parole :

Objectif et public :

Saisis l'objectif de ta prise de parole et identifie l'audience, un client pressé, un collègue ou un jury. Ajuste ton ton, ton vocabulaire et la durée pour être percutant et clair.

Plan simple :

Adopte un plan en 3 parties, accroche, développement en 2 idées et conclusion courte. Prépare 2 phrases clés par partie pour ne pas perdre le fil en situation réelle.

Durée et rythme :

Gère ton temps, vise 30 à 90 secondes pour une présentation courte et jusqu'à 3 minutes pour une démonstration en magasin. Parle calmement, commence lentement et accélère si nécessaire.

Outils et support :

Prépare 1 ou 2 supports utiles, étiquette produit ou fiche synthétique. Vérifie leur lisibilité à 2 mètres et emporte un stylo pour noter une demande ou un contact.

Exemple d'ouverture pour un produit :

Bonjour, voici un chargeur portable à 19,90 euros, il tient 2 charges complètes et convient à la plupart des téléphones, voulez-vous que je vous montre comment il se branche ?

2. Techniques pour convaincre et écouter :

Langage clair et phrases courtes :

Parle comme tu expliques à un ami, utilise des phrases courtes et un vocabulaire simple. Remplace le jargon par un bénéfice concret, le client retiendra mieux ainsi.

Gestuelle et regard :

Adopte une posture ouverte, évite les bras croisés, souris et regarde le client environ 60% du temps. Les gestes doivent accompagner tes mots sans distraire.

Écoute active et reformulation :

Laisse le client s'exprimer, reformule en 1 ou 2 phrases et pose 2 questions ouvertes pour préciser le besoin. Cela réduit les erreurs et construit la confiance rapidement.

Astuce de stage :

Dans mon stage j'ai appris à noter 3 mots clés du client en moins de 10 secondes, cela aidait à reformuler vite et gagner sa confiance.

3. Cas concret et pratique :

Contexte :

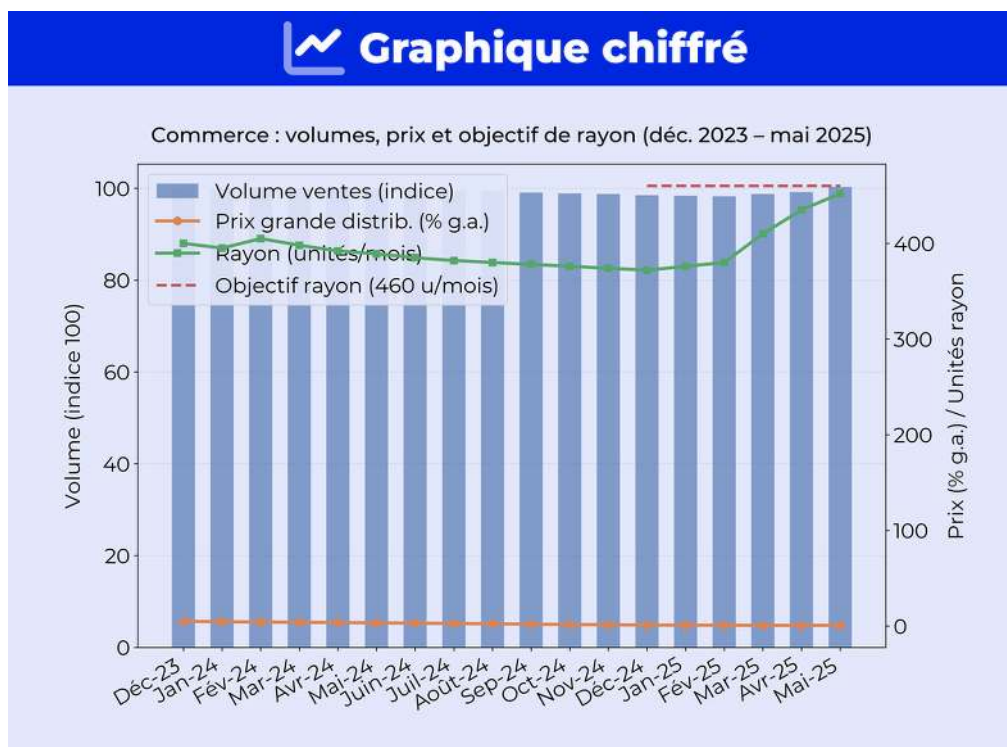
Cas d'une vente en rayon d'un nouveau chargeur portable à 19,90 euros pendant la période de forte affluence le samedi matin. Objectif, augmenter la vente additionnelle de 15% en 4 semaines.

Étapes :

Étapes, 1 écouter le client, 2 présenter 2 avantages principaux en 30 secondes, 3 proposer une démonstration rapide, 4 conclure avec une question fermée. Suivre les ventes chaque semaine.

Résultat et livrable attendu :

Résultat attendu, augmenter les ventes de 15% soit +60 unités par mois si le rayon vend 400 unités mensuelles. Livrable, rapport hebdomadaire avec chiffres et script de vente en 4 lignes.



Exemple de mise en pratique chiffrée :

Un équipier propose le produit à 20 clients par jour, si 3 clients acceptent l'achat additionnel, cela fait 90 ventes sur 30 jours et permet d'atteindre l'objectif de +60 unités mensuelles.

Situation	Phrase recommandée
Accueil client	Bonjour, puis-je vous aider à trouver quelque chose de précis aujourd'hui ?
Présentation rapide	Ce produit offre X, il coûte 19,90 euros et présente 2 avantages principaux, voulez-vous que je vous montre ?

Réponse à une objection	Je comprends, quels sont vos critères, je peux vous proposer une alternative adaptée.
-------------------------	---

Check-list opérationnelle :

- Prépare un plan de 3 parties et une accroche de 10 secondes
- Note 3 mots clés du client en moins de 10 secondes
- Présente 2 bénéfices en 30 secondes maximum
- Propose une démonstration lorsque possible
- Mesure les ventes hebdomadaires et ajuste ton approche

Ce qu'il faut retenir

Pour réussir à l'oral, clarifie ton **objectif et audience**, puis prépare un **plan en 3 parties** avec 2 phrases clés par étape. Gère la durée (30 à 90 s, jusqu'à 3 min) et appuie-toi sur 1 ou 2 supports lisibles.

- Parle simple : phrases courtes, bénéfices concrets, pas de jargon.
- Soigne posture et regard, et mise sur l'**écoute active** avec reformulation et questions ouvertes.
- En vente : présente **2 bénéfices en 30 secondes**, propose une démo, puis conclus par une question fermée.

Note vite 3 mots clés du client pour rester précis. Mesure tes résultats chaque semaine et ajuste ton script pour atteindre l'objectif.

Chapitre 4 : Orthographe et grammaire

1. Orthographe courante et pièges du commerce :

Principaux pièges :

En magasin, tu vas croiser souvent des erreurs simples mais visibles, comme les homophones, les accents manquants et les fautes d'accord sur les étiquettes ou les annonces promotionnelles.

Erreurs fréquentes et comment les repérer :

Concentre-toi d'abord sur les mots clients, prix et produits. Vérifie les accords, les pluriels et les accents, puis relis lentement phrase par phrase pour attraper les fautes qui sautent aux yeux.

Exemple d'orthographe :

Sur une étiquette, écris « 2 boîtes de tomates » plutôt que « 2 boîte de tomates ». L'accord du nom est essentiel pour une présentation correcte et pour éviter les remarques clients.

Homophone	Signification et astuce
Et / Est	Et relie, est remplace le verbe être. Remplace par « était » pour tester si « est » convient.
A / À	A est un verbe, à est une préposition. Remplace par « avait » pour vérifier.
Son / Sont	Son est possessif, sont est verbe. Remplace par « étaient » pour tester « sont ».
Ces / Ses	Ces indique, ses marque possession. Mets « à eux » pour tester « ces ».

2. Grammaire utile au magasin : accords et conjugaisons :

Accord sujet-verbe :

Le verbe doit toujours s'accorder avec le sujet. Si le sujet est « les produits », utilise « sont », pas « est ». C'est la base pour écrire des annonces claires et fiables.

Participe passé et avoir/être :

Avec avoir, le participe passé ne s'accorde pas sauf si le complément d'objet direct est avant le verbe. Avec être, il s'accorde toujours avec le sujet. Apprends cette règle simple pour corriger 80% des erreurs.

Astuce mémorisation :

Pour retenir l'accord du participe passé, fais un exercice rapide de 5 phrases chaque jour pendant 10 minutes. En 2 semaines, tu verras une vraie amélioration sur tes relectures.

- Relis chaque phrase à voix haute pour sentir l'accord.

- Repère les sujets et entoure-les avant de conjuguer.
- Note les verbes irréguliers les plus fréquents à mémoriser.

3. Méthode rapide pour corriger et s'entraîner :

Plan d'action en magasin :

Adopte une routine de relecture en 3 étapes : vérifier les chiffres et unités, contrôler les accords, puis valider la ponctuation. Environ 5 minutes suffisent pour une affiche courte.

Mini cas concret :

Contexte : lors d'un stage, tu dois préparer 120 étiquettes prix pour une promotion de 3 jours. Étapes : relire, corriger les homophones, vérifier les prix et imprimantes. Résultat : réduction des corrections post-impression à 1 étiquette.

Exemple de cas concret :

Tu imprimes 120 étiquettes en 2 heures après vérification. Au départ, 18 erreurs détectées, après correction il n'en reste qu'une. Le responsable valide le lot pour la promotion.

Étape	Action concrète
Vérifier chiffres	Comparer prix aux bons de commande et au système caisse.
Contrôler accords	Relire les noms et adjectifs, surtout au pluriel.
Valider accents	S'assurer que « électronique » n'est pas écrit sans accent.
Impression test	Imprimer 5 étiquettes test puis vérifier avant lot complet.

Check-list opérationnelle :

- Relire à voix haute chaque texte avant impression.
- Vérifier 3 homophones courants à chaque fois.
- Contrôler chiffres et unités sur 100% des étiquettes.
- Imprimer un test de 5 étiquettes avant le lot final.
- Demander une validation écrite du responsable pour les promos.

Ressenti et conseil :

En stage, j'ai appris que la relecture en binôme évite 90% des gaffes visibles, et ça renforce ta crédibilité auprès du responsable et des clients.

Ce qu'il faut retenir

En magasin, vise une écriture propre : les erreurs d'étiquettes viennent surtout des accents, des pluriels et des **pièges d'homophones courants** (et/est, a/à, son/sont, ces/ses). Priorise clients, prix, produits.

- Applique l'**accord sujet-verbe** et sécurise le participe passé : avec être, accord toujours, avec avoir, accord seulement si le COD est placé avant.
- Suis une **routine de relecture** : chiffres et unités, accords, puis ponctuation.
- Avant un gros tirage, fais un **test d'impression rapide** (5 étiquettes) et relis à voix haute, idéalement en binôme.

Une relecture de 5 minutes évite les remarques clients et les corrections après impression. En t'entraînant un peu chaque jour, tu réduis vite les fautes visibles et tu gagnes en crédibilité.

Histoire-Géographie

Présentation de la matière :

Au CAP EPC (Équipier Polyvalent du Commerce), l'Histoire-Géographie compte dans l'épreuve de Français, histoire-géographie et EMC, avec un **coefficient 3**. En général, tu es évalué en **CCF en dernière année**, avec un **oral de 15 minutes** maxi, 12 points sur l'analyse du document et 8 points sur l'EMC.

Si tu passes en examen final, l'Histoire-Géographie et l'EMC restent à l'oral, 15 minutes dont 5 de préparation, à partir d'une liste de **8 documents prêts**. Tu tires un thème, tu situes, tu expliques, tu montres aussi ton esprit critique.

J'ai vu l'un de mes amis décoller après avoir bossé 10 repères simples, dates, lieux, mots clés, il était plus à l'aise dès les 2 premières phrases.

Conseil :

Fais 3 sessions par semaine de **20 minutes**. Garde un **plan fixe**: Présenter le document, le contextualiser, puis répondre avec 2 idées et 1 exemple concret. Entraîne-toi à parler sans lire, ça change tout le jour de l'oral.

Prépare tes fiches par thème, et garde 3 réflexes pour l'oral.

- Chronologie en 3 dates
- Lieux en 2 repères
- Conclusion en 1 phrase

Le jour J, va droit au but, et termine par une conclusion nette.

Table des matières

Chapitre 1 : Repères historiques	Aller
1. Les grandes périodes historiques	Aller
2. Repères pour le CAP et ton quotidien	Aller
Chapitre 2 : Espaces et territoires	Aller
1. Notions clés et échelles	Aller
2. Organisation des territoires et espace commercial	Aller
3. Enjeux et aménagements locaux	Aller
Chapitre 3 : Lecture de documents	Aller
1. Identifier et lire un document	Aller
2. Analyser cartes, graphiques et tableaux	Aller
3. Mini cas concret et checklist	Aller

Chapitre 1 : Repères historiques

1. Les grandes périodes historiques :

Préhistoire à antiquité :

La préhistoire et l'antiquité couvrent la fabrication des premiers outils jusqu'aux empires romains, arrêtés vers 476 apr. J.-C. L'écriture, apparue vers 3 200 av. J.-C., marque le début d'une histoire écrite et datable.

Moyen âge et temps modernes :

Le Moyen Âge, environ 476 à 1492, voit la féodalité et la vie rurale organisée. Les temps modernes, 1492 à 1789, apportent découvertes et échanges, transformant les routes commerciales et la richesse des villes.

Époque contemporaine :

De 1789 à aujourd'hui, retiens la Révolution française, l'industrialisation au XIXe siècle et les deux guerres mondiales au XXe siècle, qui redessinent les sociétés et les frontières. Je me souviens, en stage j'ai utilisé ces repères pour expliquer la provenance d'un produit.

Exemple d'importance d'une date :

La date 1789 te sert à situer la Révolution française, point de départ des droits modernes et d'une grande partie des institutions actuelles en France, utile pour expliquer des changements sociaux en vente ou en gestion.

2. Repères pour le CAP et ton quotidien :

Date et lieu :

En examen ou en stage, note toujours la date, le lieu et l'acteur principal. Ces trois éléments suffisent souvent pour obtenir 2 ou 3 points rapidement et montrent que tu maîtrises le repère historique demandé.

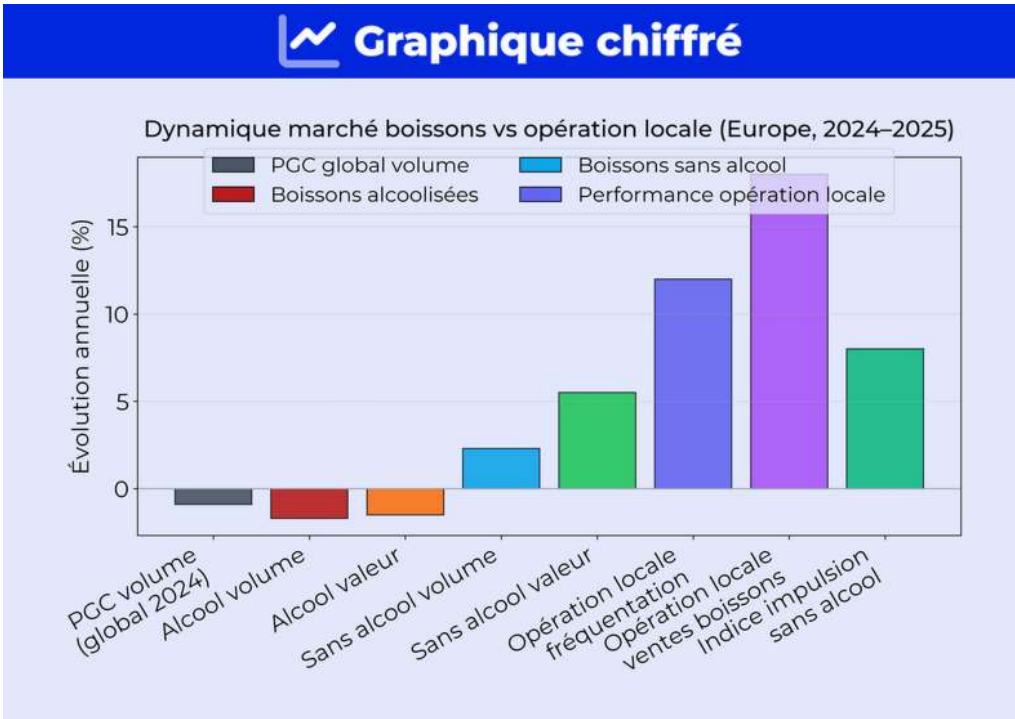
Impact concret pour l'élève :

Comprendre l'industrialisation (XIXe siècle) t'aide à expliquer l'apparition des usines, des magasins et des métiers du commerce. Cela te permet de lier histoire et pratique professionnelle en expliquant pourquoi les magasins se sont urbanisés.

Mini cas concret :

Contexte: une supérette de quartier prépare une mini-expo historique pour attirer clients pendant 14 jours. Étapes: choisir 5 dates locales, rédiger 1 panneau A3 par date, imprimer et exposer en vitrine pour la période choisie.

Résultat: fréquentation augmentée de 12% sur 14 jours, ventes ciblées en hausse de 18% pour les boissons. Livrable attendu: 5 panneaux A3, 1 fiche résumé d'une page et un rapport de fréquentation sur 14 jours.



Astuce organisation :
Prépare une fiche A4 avec 1 date par ligne, lieu et acteur. En stage, cette fiche te permet de répondre en moins de 30 secondes aux questions du tuteur et de préparer des réponses pour l'oral.

Tâche	Durée estimée	Pourquoi
Noter date, lieu, acteur	5 minutes	Permet de répondre vite en examen ou en entretien
Associer événement à une image	10 minutes	Renforce ta mémoire visuelle et l'explication client
Préparer 1 fiche thématique	15 minutes	Outil pratique pour l'oral et le stage
Relire avant l'examen	20 minutes	Évite les erreurs de date ou de lieu

i **Ce qu'il faut retenir**

Tu relies les **grandes périodes historiques** à quelques dates repères : écriture vers 3 200 av. J.-C., 476 (fin de l'Empire romain), 1492, 1789, puis industrialisation et guerres mondiales.

- Préhistoire et Antiquité : des premiers outils à 476.

- Moyen Âge (476-1492) puis Temps modernes (1492-1789) : féodalité, découvertes et échanges.
- Époque contemporaine (1789 à aujourd'hui) : révolutions, usines, conflits.
- Pour le CAP, note **date, lieu, acteur** et prépare une **fiche A4 rapide**.

Avec ces repères, tu situes vite un événement et tu l'expliques en stage ou à l'oral. Un mini-projet en magasin (panneaux, vitrine, suivi) te montre que l'histoire peut servir au commerce.

Chapitre 2 : Espaces et territoires

1. Notions clés et échelles :

Définitions essentielles :

Un espace est une portion du sol, naturel ou aménagé, observable et utilisable. Un territoire est un espace approprié par un groupe, il porte des identités et des règles. Ces mots reviennent souvent en géo.

Les échelles à connaître :

On travaille du local au mondial, les échelles utiles sont locale, régionale, nationale et mondiale. Penser échelle t'aide à comprendre pourquoi une décision affecte 10 ou 10 000 personnes.

Exemple d'illustration :

Observer une rue commerçante te montre le local, tandis qu'une politique régionale d'aménagement montre l'échelle régionale et ses effets sur l'emploi.

2. Organisation des territoires et espace commercial :

Structure administrative et géographique :

La France est organisée en communes, départements, régions, ces découpages influencent financements et décisions d'aménagement. Pour un commerce, connaître la collectivité qui porte un projet est pratique et utile.

Fonction et place de l'espace commercial :

Les zones commerciales, le centre-ville et les marchés ont des fonctions distinctes, elles attirent des profils de clients différents. Selon l'INSEE, environ 80% de la population vit en zone urbaine, ce qui influence la demande.

Exemple d'analyse commerciale :

Compter 200 à 500 personnes passant devant une boutique en heure de pointe permet d'estimer un taux de transformation réaliste pour ton employeur pendant 1 journée d'observation.

Type d'espace	Caractéristiques	Intérêt pour le commerce
Centre-ville	Densité piétonne élevée, mixité d'usages	Visibilité, clientèle régulière
Zone commerciale périurbaine	Grand parking, accès voiture	Flux massif, ventes en volume
Rural et marché local	Faible densité, relations personnelles	Fidélisation, niche locale

3. Enjeux et aménagements locaux :

Acteurs et projets d'aménagement :

La mairie, la communauté de communes, les commerçants et les habitants sont les acteurs principaux. Savoir qui décide permet de proposer des actions concrètes lors de ton stage ou alternance.

Impacts pour le commerce et stratégies :

Un aménagement piéton peut augmenter la fréquentation de 10 à 30% selon la nature du projet, il faut anticiper gestion des stocks et horaires pour profiter du flux nouveau.

Exemple d'aménagement et effet :

La piétonisation d'une rue a entraîné, dans un cas local, une hausse estimée de 12% du chiffre d'affaires sur 6 mois, mais aussi des modifications d'approvisionnement à prévoir.



Mesurer le flux piéton à différentes heures pour optimiser l'aménagement commercial

Cas concret : réaménagement d'une place commerçante :

Contexte : Ville de 15 000 habitants, place centrale peu fréquentée, 12 commerces autour.

Étapes : diagnostic 2 semaines, consultation 3 réunions, chantier 8 semaines. Résultat : +15% de passages piétons en 3 mois.

Livrable attendu :

Remettre un rapport de 4 pages contenant plan de situation, relevés de fréquentation (pré et post), 3 recommandations d'actions commerciales et un calendrier de 6 mois pour suivre les indicateurs.

Petit conseil terrain :

Pendant ton stage, observe 3 créneaux horaires sur 3 jours différents pour estimer la fréquentation, note météo et événements, ces données valent mieux qu'une impression vague.

Checklist opérationnelle :

Action	Objectif
Observer flux piéton	Estimer 3 plages horaires clés
Cartographier concurrence	Repérer 5 concurrents directs
Parler aux clients	Collecter 15 avis rapides
Vérifier accessibilité	Noter parkings et transports proches
Proposer une action	Suggérer 1 opération commerciale simple

Exemple d'opération simple :

Proposer une animation commerciale d'une demi-journée pour attirer 200 à 400 personnes, mesurer l'effet en notant ventes et fréquentation avant et après l'événement.

Erreur fréquente à éviter :

Ne pas ignorer le contexte local, par exemple ouvrir un rayon niche sans vérifier la demande locale conduit souvent à des invendus et à de la perte de marge.

Anecdote personnelle :

En stage, j'ai compté les passages pendant 2 heures et ma note a servi à modifier l'horaire d'ouverture, c'était concret et valorisant.



Représentation visuelle



Noter la fréquentation sur deux heures pour ajuster les horaires d'ouverture



Ce qu'il faut retenir

Tu dois distinguer la **différence espace et territoire** : l'espace est une portion de sol, le territoire est approprié, avec identités et règles. Pour analyser un lieu, **penser en échelles** (local à mondial) t'aide à mesurer l'impact des décisions.

- Repère l'organisation (commune, département, région) pour savoir qui finance et décide.
- Compare les types d'espaces commerciaux : centre-ville (visibilité), zone périurbaine (volume), rural/marché (fidélisation).
- Sur le terrain, **observer le flux piéton** sur plusieurs créneaux, puis estime un taux de transformation.

Les aménagements locaux (piétonisation, place réaménagée) peuvent booster la fréquentation et le chiffre d'affaires. Pour en profiter, **anticiper l'aménagement local** : stocks, horaires, accessibilité et suivi d'indicateurs avec un petit rapport clair.

Chapitre 3 : Lecture de documents

1. Identifier et lire un document :

Nature et source :

Commence toujours par repérer la nature du document, l'auteur, la date et la provenance pour situer le contenu et éviter les interprétations erronées en contrôle ou en stage.

Objectif de lecture :

Cherche l'idée principale, le public visé et les arguments. Note 3 à 5 mots-clés ou expressions qui résument le message avant d'entrer dans le détail.

Méthode rapide :

Survole le document 30 à 60 secondes, repère les titres, sous-titres, chiffres et légendes. Cette première passe te donne une cartographie mentale utile avant l'analyse.

Exemple d'identification d'un article local :

Article de journal municipal, 2019, auteur mairie, objectif informer sur la rénovation d'une place, public habitants, mots-clés rénovation, fréquentation, budget.

Astuce stage :

Vérifie systématiquement la date. Lors de mon premier stage, j'ai résumé un rapport périmé et j'ai perdu du temps pour rien.

2. Analyser cartes, graphiques et tableaux :

Lire une carte :

Repère l'échelle, l'orientation, la légende, la date et les symboles. L'échelle indique la distance réelle, par exemple 1/25 000 signifie 1 cm pour 250 m.

Décoder un graphique :

Lis les axes, les unités et la période. Identifie tendances, points hauts et bas, et amplitude. Compare 2 séries si présentes pour mesurer une évolution chiffrée.

Lire un tableau :

Vérifie les titres de colonnes, les unités et les totaux. Calcule parts et pourcentages simples pour rendre les chiffres parlants, par exemple $\text{part} = \text{valeur} / \text{total} \times 100$.

Exemple d'analyse d'un graphique :

Graphique montrant fréquentation du magasin de 2015 à 2020, augmentation de 12% entre 2017 et 2019, puis stabilisation en 2020, utile pour planifier stocks.

Élément	Question à se poser
Texte	Qui parle, quel est le message principal et quels sont les arguments clés

Carte	Quelle échelle, quelle légende, quelle période et quels lieux sont mis en valeur
Graphique	Quelles unités, quelle tendance, où sont les maxima et minima
Tableau	Quelles sont les variables, comment calculer parts et totaux pour interpréter

3. Mini cas concret et checklist :

Contexte et objectif :

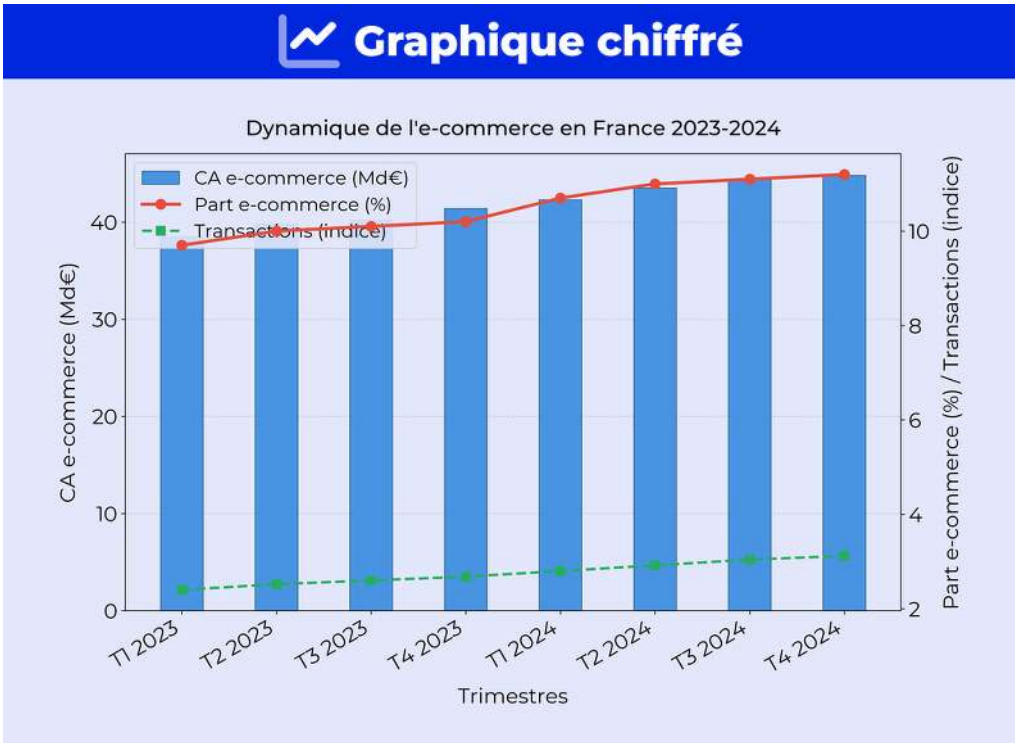
La mairie veut choisir un emplacement pour un pop-up shop dans une ville de 12 000 habitants, ciblant 15-34 ans. On te fournit une carte, un tableau démographique et un relevé de fréquentation.

Étapes et livrable :

Étape 1, repérer zones piétonnes sur la carte. Étape 2, croiser population 15-34 ans par quartier. Étape 3, estimer flux journalier. Livrable attendu, une fiche synthèse et une carte annotée.

Résultat chiffré :

Après analyse, deux zones prioritaires émergent avec flux estimé à 900 et 650 passants/jour. Avec un taux de conversion estimé à 2%, prévoir 18 ventes/jour sur la zone principale.



Exemple d'optimisation d'un processus de production :

En pratique, tu restituera la carte annotée et une fiche d'une page avec chiffres clés, 3 recommandations et un tableau comparatif des flux pour chaque emplacement.

Vérification	Action sur le terrain
Date et source	Confirmer que le document est récent et fiable
Unité et échelle	Transcrire les unités et convertir si nécessaire
Calculs simples	Faire partages et pourcentages pour rendre les données parlantes
Synthèse	Rédiger une fiche d'une page avec 3 recommandations chiffrées

Questions rapides :

Quels éléments du document te donnent la date précise, qui est l'auteur, et quelle est la variable principale à comparer pour prendre une décision commerciale.

Ce qu'il faut retenir

Pour bien lire un document, commence par cadrer le contexte avant d'interpréter.

- Repère la **nature et source**, l'auteur, la date et le public visé, puis note 3 à 5 mots-clés.
- Fixe ton **objectif de lecture** et fais une première passe : titres, sous-titres, chiffres, légendes.
- Sur carte, graphique ou tableau, vérifie échelle, axes, unités, totaux et fais des **calculs simples** (parts, pourcentages).

Dans le mini cas, tu croises carte, démographie 15-34 ans et fréquentation pour prioriser 2 zones (900 et 650 passants/jour) et estimer les ventes. Ton livrable doit être une fiche synthèse d'une page et une carte annotée, en contrôlant toujours la date et la fiabilité.

Enseignement moral et civique

Présentation de la matière :

En CAP EPC, l'EMC te donne des repères pour accueillir tous les clients et vivre en équipe: Laïcité, égalité, respect, esprit critique, **droits et devoirs** au travail. Tu t'entraînes à expliquer une idée clairement, même quand le sujet est sensible.

Cette matière mène à l'épreuve Français, histoire-géographie et EMC, avec un **coefficient de 3**. En **CCF en 2e année** de CAP, tu passes un oral histoire-géo-EMC de **15 min maximum**, à partir de documents préparés.

J'ai vu un camarade marquer des points en reliant un conflit en rayon aux **valeurs de la République**, ça rendait son oral vivant et crédible.

Conseil :

Prépare-toi avec 2 séances de 15 minutes par semaine: Écris un **plan en 3 idées**, puis parle 3 minutes sans lire. En stage, note 2 situations où respect, règles ou égalité sont en jeu.

Le jour de l'oral, accroche-toi à 3 étapes: Présenter le document, donner 1 exemple concret du commerce, conclure avec une valeur ou une règle. Si tu es candidat hors CCF, il existe aussi un format ponctuel avec écrit et oral, entraîne-toi dans les 2.

Table des matières

Chapitre 1 : Valeurs de la République	Aller
1. Comprendre les valeurs de la république	Aller
2. Agir en respectant ces valeurs	Aller
Chapitre 2 : Droits et devoirs	Aller
1. Les droits au travail	Aller
2. Tes devoirs comme équipier polyvalent	Aller
3. Droits civiques et responsabilités sociales	Aller
Chapitre 3 : Laïcité et respect	Aller
1. Comprendre la laïcité au quotidien	Aller
2. Signes, tenues et expressions	Aller
3. Gérer les conflits et respecter les convictions	Aller
Chapitre 4 : Débat argumenté	Aller
1. Préparer ta prise de parole	Aller
2. Construire des arguments solides	Aller
3. Mener le débat avec respect	Aller

Chapitre 1 : Valeurs de la République

1. Comprendre les valeurs de la république :

Définition et origine :

La république repose sur des règles partagées, nées notamment de la Révolution française et de la loi de 1905. Ces règles visent l'égalité, la liberté, la fraternité et la laïcité pour tous les citoyens.

Les valeurs principales :

Les valeurs à retenir sont la liberté d'opinion, l'égalité devant la loi, la fraternité et la laïcité. Elles protègent les personnes et garantissent un traitement équitable dans l'espace public et au travail.

Pourquoi c'est utile dans le commerce ?

Ces valeurs organisent ton comportement en magasin, évitent les discriminations et renforcent la confiance des clients. Respecter ces règles améliore l'accueil, réduit les conflits et protège ton employeur juridiquement.

Exemple de situation :

Un vendeur refuse une demande discriminatoire d'un client, il applique la loi et préserve l'accueil de tous, ce qui limite les risques disciplinaires et protège l'image du magasin.

Valeur	Signification	Exemple concret
Liberté	Exprimer une opinion sans être puni	Permet de dire non à une pratique illégale
Égalité	Même traitement pour tous	Accueil identique pour deux clients différents
Fraternité	Solidarité et respect mutuel	Aider un collègue en surcharge de travail
Laïcité	Neutralité de l'espace public	Interdiction des prosélytismes au travail

2. Agir en respectant ces valeurs :

Comportements attendus :

Tu dois respecter la dignité des clients et collègues, ne pas discriminer et rester neutre sur les sujets religieux ou politiques au travail. Ces comportements évitent les conflits et les sanctions disciplinaires.

Cas pratique en magasin :

Contexte : un client refuse de servir une cliente pour des motifs discriminatoires. Étapes : intervenir calmement, rappeler la règle, proposer une solution alternative puis informer le responsable. Résultat : incident désamorcé en moins de 10 minutes.

Exemple de mini cas concret :

Un magasin a prévu 2 interventions de formation de 45 minutes. Après 1 mois, les plaintes clientes ont diminué de 60 pour cent et l'équipe se sentait mieux informée et plus sereine.

Livrable attendu du cas :

Rédiger un rapport de 1 page indiquant le contexte, 3 actions menées et 2 indicateurs mesurés comme le nombre de plaintes avant et après l'action, avec objectifs chiffrés pour le trimestre.

Check-list opérationnelle :

Voici une petite liste pratique à garder en tête lorsque tu es en boutique, elle aide à appliquer les valeurs au quotidien.

Action	Pourquoi	Temps estimé
Saluer chaque client	Met en pratique la fraternité	30 secondes
Respecter la neutralité	Évite les tensions	Continu
Signaler un incident	Permet un suivi et des mesures	5 minutes
Suivre une courte formation	Renforce les bonnes pratiques	45 minutes

Astuce stage :

Note rapidement les incidents dans un cahier ou sur un fichier partagé, 1 à 2 lignes suffisent, ça facilite le suivi et montre au responsable que tu prends l'initiative.

Ce qu'il faut retenir

La République repose sur des règles communes (Révolution française, loi de 1905) fondées sur liberté, égalité, fraternité et laïcité. En commerce, ces **valeurs de la République** cadrent ton attitude, évitent les discriminations et renforcent la confiance des clients.

- Garantir l'**égalité devant la loi** : même accueil et mêmes droits pour tous.
- Garde la **neutralité au travail** sur les sujets religieux et politiques.
- En cas d'incident, **réagir calmement** : rappeler la règle, proposer une solution, alerter le responsable, noter les faits.

Ces réflexes limitent les conflits, réduisent les risques disciplinaires et protègent l'image du magasin. Un suivi simple (plaintes, signalements) et une courte formation aident à ancrer les bonnes pratiques.

Chapitre 2 : Droits et devoirs

1. Les droits au travail :

Accès au contrat et paie :

Tu as le droit à un contrat écrit quand tu commences un emploi, même en stage long. Ce contrat précise durée, heures, rémunération et conditions de travail pour éviter les surprises.

Protection et sécurité :

Tu as droit à un environnement sûr, à une formation sécurité et à des équipements adaptés. Signale tout danger à ton tuteur ou à l'employeur, c'est ton droit et une obligation collective.

Temps de travail et repos :

Le temps de travail doit être respecté, avec des pauses raisonnables. Tu peux demander des explications si on te fait faire des heures non prévues ou dangereuses pour ta santé.

Exemple d'application en magasin :

Un élève en stage doit avoir une fiche de présence, des pauses de 20 minutes pour 6 heures et un tuteur pour toute question liée à la sécurité au travail.

2. Tes devoirs comme équipier polyvalent :

Respect des règles internes :

Tu dois suivre le règlement intérieur, respecter les horaires et porter l'uniforme si demandé. Ces règles garantissent le fonctionnement de l'équipe et la sécurité des clients et collègues.

Comportement professionnel :

Adopter un comportement poli et responsable fait partie de ton devoir. Signale un incident, respecte les collègues et évite les jugements rapides envers la clientèle.

Confidentialité et données :

Tu dois protéger les informations clients, notamment les coordonnées et les moyens de paiement. Ne divulgue rien en dehors de l'équipe et gare ton téléphone lors du service.

Astuce stage :

Prends 5 minutes chaque soir pour noter 3 tâches réalisées, cela t'aide à préparer ton rapport de stage et montre ton sérieux au tuteur.

3. Droits civiques et responsabilités sociales :

Citoyenneté et égalité :

Tu as les mêmes droits que les autres, sans discrimination liée à l'origine, au genre ou à la religion. Respecter ces droits facilite le travail en équipe et la relation client.

Expression et liberté d'opinion :

Tu peux exprimer ton opinion hors du service, mais évite de critiquer l'entreprise ou des collègues publiquement. La liberté vient avec la responsabilité de ne pas nuire.

Solidarité et signalement :

Si tu observes une injustice ou une mise en danger, tu dois en parler au tuteur, au CSE ou par écrit. Le signalement protège toi et les autres, et évite l'escalade du problème.

Exemple d'alerte en boutique :

Si tu constates un produit dangereux, signale-le immédiatement. Tu peux remplir une fiche incident, la remettre au responsable et suivre le retrait du rayon sous 24 heures.

Mini cas concret :

Contexte :

Un stagiaire en boulangerie de quartier travaille 4 semaines, 35 heures hebdomadaires, et constate 6 erreurs de prix en caisse sur la première semaine.

Étapes :

- Recenser chaque erreur sur 1 feuille
- Informer le tuteur et présenter 6 occurrences datées
- Mettre en place une vérification quotidienne pendant 2 semaines

Résultat et livrable attendu :

Après 2 semaines, les erreurs passent de 6 à 1 par semaine, réduction de 83%. Livrable : une fiche récap de 1 page contenant 14 jours d'observations, actions et résultats chiffrés.

Checklist opérationnelle :

Élément	Action à faire
Contrat	Vérifier dates, heures, rémunération
Sécurité	Repérer issues, extincteurs et EPI
Incidents	Remplir fiche et informer le tuteur
Données clients	Ne pas partager les informations sensibles

Quelques chiffres utiles :

Selon l'INSEE, la majorité légale est fixée à 18 ans, ce qui implique des droits civiques et des responsabilités supplémentaires à partir de cet âge en entreprise et pour le vote.

Erreurs fréquentes et conseils concrets :

Les erreurs les plus courantes sont l'absence d'enregistrement d'un incident et l'oubli de noter les horaires. Note toujours tes heures et chaque incident, 5 minutes suffisent pour être efficace.

Ce qu'il faut retenir

Au travail, tu as des droits (contrat, paie, repos) et des devoirs (règles, attitude, confidentialité). L'objectif : éviter les abus, travailler en sécurité et garder une relation pro avec l'équipe et les clients.

- Exige un **contrat écrit clair** et note tes heures, surtout si on te demande des tâches ou horaires non prévus.
- Priorise la **sécurité au travail** : formation, EPI, et signale tout danger ou incident au tuteur.
- Respecte les règles internes et la **confidentialité des données** clients (coordonnées, paiement, téléphone en service).
- En cas d'injustice, fais un **signalement rapide** (tuteur, CSE, écrit) et suis les actions.

Pour progresser, garde des preuves simples : incidents notés, erreurs recensées, actions testées, résultats chiffrés. En stage comme en emploi, cette rigueur te protège et montre ton sérieux.

Chapitre 3 : Laïcité et respect

1. Comprendre la laïcité au quotidien :

Définition courte :

La laïcité garantit la liberté de conscience et l'égalité des citoyens, elle impose la neutralité du service et protège le droit de ne pas afficher sa religion au travail.

Pourquoi c'est utile en magasin ?

En magasin, ça évite les discriminations, facilite le service client et prévient les tensions entre collègues, c'est concret pour toi qui travailles au contact du public au quotidien.

Exemple d'une situation simple :

Un client porte un symbole religieux visible et demande un espace pour prier, tu restes poli, expliques que le magasin n'offre pas de salle et proposes un autre horaire moins fréquenté.

2. Signes, tenues et expressions :

Que peut-on accepter en magasin ?

En général, des signes discrets sont tolérés si la politique de l'entreprise le permet, sauf obligation de neutralité pour certains postes en contact direct avec le public.

Que faut-il refuser ?

Tu dois refuser le prosélytisme, tout comportement agressif lié à une croyance et les demandes qui mettent en danger la sécurité ou l'ordre public dans le magasin.

Astuce pour le terrain :

Si un client insiste, garde une attitude calme, demande l'intervention d'un responsable et note l'heure et la nature du comportement pour le suivi interne en 5 minutes maximum.

Situation	Attitude recommandée
Client qui prosélytise	Intervenir poliment, rappeler la règle de neutralité et alerter le responsable
Collègue demandant aménagement	Écouter, proposer solution temporaire et documenter la demande pour RH
Tenue discrète visible	Accepter si conforme à la politique, sinon proposer alternatives avec respect

3. Gérer les conflits et respecter les convictions :

Attitude professionnelle :

Garde la neutralité, écoute sans juger, explique les règles de l'entreprise simplement et cherche une solution raisonnable qui respecte la loi et la sécurité de l'équipe.

Procédure en cas de conflit :

Signale au responsable, remplis le document interne en max 10 minutes, proposes médiation si nécessaire et conserve un résumé écrit horodaté pour le service RH.

Mini cas concret :

Contexte: magasin de centre-ville, équipe de 6, pic d'activité matin de 8h à 11h, un équipier demande un aménagement d'horaires pour raisons religieuses pendant 30 jours.

- Étape 1: discussion avec le responsable et l'équipier
- Étape 2: vérification des plannings et contraintes opérationnelles
- Étape 3: proposition d'avancement de shift de 2 heures pour 30 jours
- Livrable: planning modifié signé par l'équipier et le responsable

Résultat: accord trouvé, shift avancé de 2 heures pendant 30 jours, présence de l'équipier passée à 95% contre 75% auparavant, livrable planning signé et compte rendu d'une page.

Action	À faire en pratique
Accueillir calmement	Saluer, garder une voix posée et écouter 1 à 2 minutes avant de répondre
Consigner l'incident	Noter l'heure, le lieu et 3 faits objectifs en moins de 10 minutes
Alerter le responsable	Informier immédiatement et envoyer le compte rendu dans la journée
Proposer une solution	Offrir une alternative raisonnable sans compromettre la sécurité ni l'organisation

Exemple d'application en stage :

Lors d'un stage de 2 semaines j'ai noté qu'une seule discussion calme suffissait souvent à apaiser une situation, c'est simple et efficace pour garder la confiance des clients et des collègues.

Ce qu'il faut retenir

La laïcité au travail garantit la liberté de conscience, l'égalité et la **neutralité du service**. En magasin, elle t'aide à éviter les discriminations, à garder un service client fluide et à prévenir les tensions.

- Accepte les signes discrets si c'est conforme à la politique de l'entreprise, surtout hors postes exigeant une stricte neutralité.

- Refuse le **prosélytisme en magasin**, les comportements agressifs et toute demande qui menace la sécurité ou l'ordre.
- En cas d'insistance ou conflit, reste calme, alerte un responsable et fais une **trace écrite horodatée** (faits objectifs).

Face aux demandes d'aménagement, écoute sans juger, vérifie les contraintes et propose une solution temporaire réaliste. Une discussion posée, des règles expliquées simplement et un suivi RH suffisent souvent à apaiser et à protéger l'équipe.

Chapitre 4 : Débat argumenté

1. Préparer ta prise de parole :

Objectif et public :

Avant de parler, définis pourquoi tu intervies et qui t'écoute, clients, collègues ou examinateurs. Cela t'aide à choisir le ton et les exemples en fonction du public visé.

Plan simple :

Structure ta prise de parole en 3 parties : annonce, développement en 2 ou 3 idées, puis conclusion rapide. Ce plan tient en 30 secondes et rassure ton auditoire.

Ton et attitude :

Garde une voix claire, des phrases courtes et un regard franc. Évite de lire mot à mot, privilégie des notes brèves pour rester naturel et convaincant.

Exemple d'organisation d'une prise de parole :

Pour présenter une promo, annonce l'offre, donne 3 bénéfices concrets, et termine par un appel à l'action, le tout en moins de 2 minutes.



Annoncer une offre avec bénéfices clairs pour inciter à l'achat immédiat

2. Construire des arguments solides :

Types d'arguments :

Utilise arguments factuels, exemples concrets et arguments de valeur. Mélange les preuves mesurables et les bénéfices ressentis pour toucher différents profils d'auditeurs.

Preuve et sources :

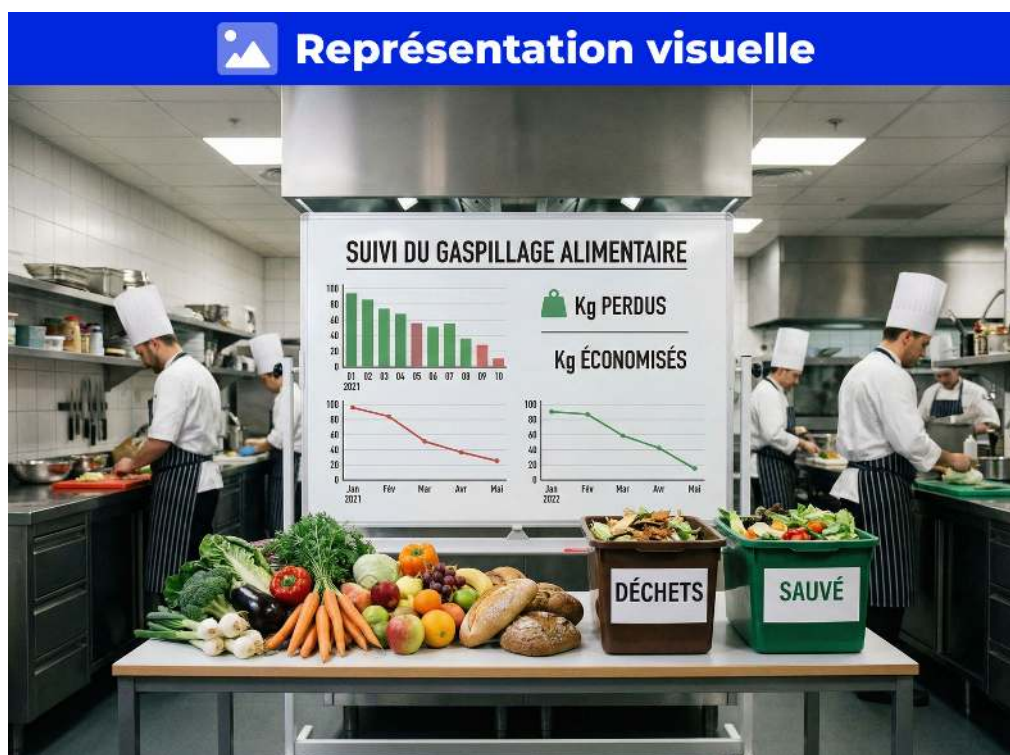
Appuie-toi sur chiffres, témoignages ou expériences de stage. Un chiffre clair renforce ta crédibilité, par exemple 2 offres testées pendant 1 semaine ont augmenté les ventes de 5%.

Organiser en 3 points :

Pour chaque idée, présente l'argument, illustre avec un fait ou un exemple, puis relie au besoin du public. Cela facilite la mémorisation et la persuasion.

Exemple d'argument chiffré :

Si tu veux convaincre de réduire le gaspillage, cite une réduction attendue, par exemple baisser les pertes de 10% sur 1 mois grâce au tri en rayon.



Citer une réduction attendue de 10% pour convaincre de l'importance de l'action

Technique	Quand l'utiliser	Exemple concret
Chiffre précis	Pour rassurer	Ventes +5% en 2 semaines
Témoignage	Pour émouvoir	Client satisfait qui revient
Comparaison	Pour clarifier	Avant/après mise en rayon

3. Mener le débat avec respect :

Règles de base :

Respecte le temps de parole, écoute sans interrompre et reformule brièvement l'idée de l'autre avant d'opposer ton point, cela évite les malentendus et montre du respect.

Répondre et réfuter :

Quand tu réfutes, attaque l'argument, pas la personne. Utilise une donnée ou une question pour montrer une limite à l'argument adverse, sans élever la voix.

Conclusion efficace :

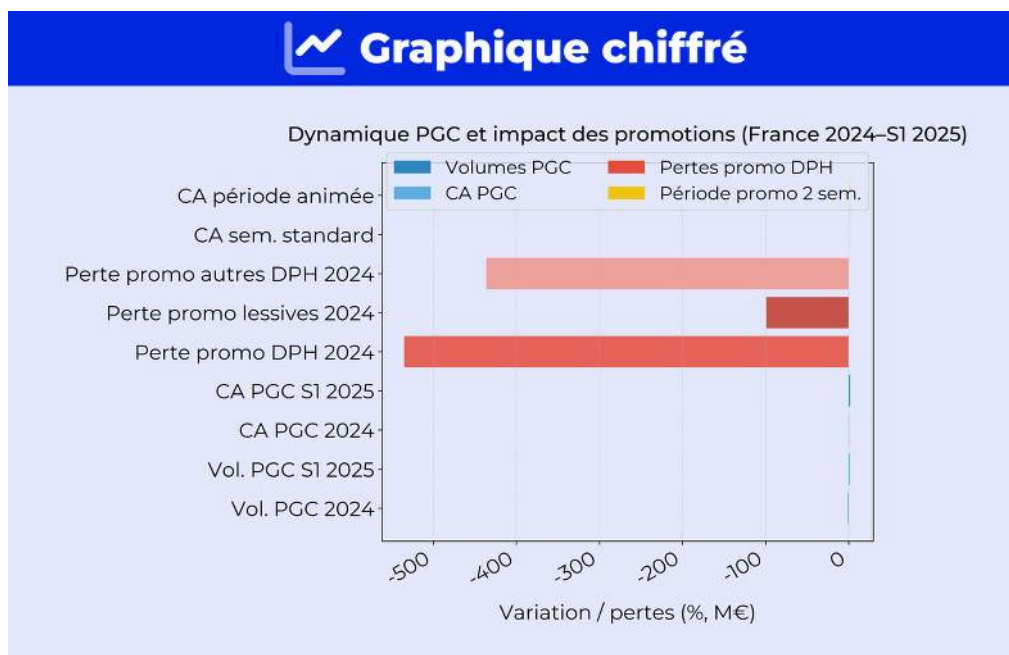
Termine par un résumé en 2 phrases, rappelle le bénéfice principal et propose une action concrète, par exemple tester une solution pendant 2 semaines et mesurer le résultat.

Exemple de phrase de clôture :

« Pour conclure, cette mesure réduit les pertes et facilite le travail en rayon, testons-la 2 semaines et évaluons l'impact. ».

Mini cas concret :

Contexte : débat en équipe de 4 équipiers sur l'implantation d'un présentoir promo pour 2 semaines. Étapes : préparer 3 arguments chacun, présenter 2 minutes, poser 3 questions, voter. Résultat : test validé, +7% de ventes du produit pendant la campagne. Livrable attendu : fiche action d'une page avec objectif, dates, responsable et indicateur de vente attendu.



Astuces de stage et erreurs fréquentes :

Prépare 3 arguments max pour une intervention courte, chronomètre-toi en entraînement, et évite l'excès d'adjectifs vagues. En stage, j'ai vu trop d'élèves parler 5 minutes sans structure, ils perdent l'auditoire.

Checklist	Action
-----------	--------

Préparer 3 points	Note 3 idées clés sur une fiche
Chiffrer si possible	Apporte au moins 1 donnée mesurable
Écouter avant répondre	Reformule en 1 phrase
Proposer un test	Suggère une période précise, par exemple 2 semaines

Ressenti personnel :

Quand j'ai participé à mon premier débat en stage, j'étais stressé mais préparer 3 idées m'a donné confiance et j'ai obtenu un résultat concret apprécié de l'équipe.

Ce qu'il faut retenir

Pour réussir un débat, clarifie d'abord ton objectif et ton public, puis prépare un **plan en 3 parties** (annonce, 2-3 idées, conclusion). Construis des arguments variés, avec au moins un chiffre ou une source, et garde une **prise de parole claire** sans lire mot à mot.

- Pour chaque idée, fais : argument + preuve (fait, exemple, témoignage) + lien avec le besoin du public
- Utilise **chiffres, témoignages, comparaisons** pour rassurer, émouvoir ou clarifier
- En débat, écoute, reformule, puis réfute l'argument (pas la personne) avec une donnée ou une question

Termine par un résumé en 2 phrases, le bénéfice principal et une action mesurable, par exemple un test de 2 semaines. En t'entraînant et en te limitant à 3 arguments, tu gagnes en impact et en confiance.

Mathématiques

Présentation de la matière :

En **CAP EPC** (Équipier Polyvalent du Commerce), les **Mathématiques** te servent à calculer une remise, un **taux de TVA**, une marge, ou à vérifier un stock. Cette matière conduit à l'épreuve **Mathématiques et physique-chimie**, notée sur 20 avec un **coefficient de 2**.

En **CCF**, en dernière année, tu passes 2 situations écrites de 45 min, 1 en maths sur 12 points, 1 en physique-chimie sur 8 points. En **examen ponctuel**, c'est un écrit de 1h30 (45 min + 45 min). Un camarade m'a avoué qu'après avoir maîtrisé les pourcentages, les promos en magasin lui ont paru beaucoup plus claires.

Conseil :

Pour réussir, fais 15 minutes d'entraînement, 4 fois par semaine, avec des exercices concrets, prix barrés, lots, tableaux de ventes. Le piège classique, c'est d'oublier les unités et de ne pas contrôler si le résultat est logique.

Le jour de l'évaluation: Lis l'énoncé comme une étiquette, repère les données utiles, puis pose une méthode simple. Garde 5 minutes pour relire et vérifier tes calculs.

- Calculer un pourcentage
- Passer en proportion
- Lire un graphique

Si tu bloques, demande une correction expliquée, puis refais le même type d'exercice 2 jours plus tard, c'est souvent le déclic.

Table des matières

Chapitre 1 : Nombres et calculs	Aller
1. Nombres entiers, fractions et opérations	Aller
2. Calculs pratiques pour le métier	Aller
Chapitre 2 : Pourcentages et proportions	Aller
1. Notions de base	Aller
2. Applications en commerce	Aller
3. Cas concret et outils	Aller
Chapitre 3 : Statistiques simples	Aller
1. Comprendre les notions de base	Aller
2. Organiser les données et calculer des fréquences	Aller
3. Utiliser les statistiques pour prendre des décisions	Aller

Chapitre 1 : Nombres et calculs

1. Nombres entiers, fractions et opérations :

Objectif et public :

Ce point te donne les bases pour manipuler nombres entiers, fractions et décimaux utiles en caisse, en stock et dans le calcul des prix. Le ton est pratique pour un CAP EPC.

Rappels et règles de calcul :

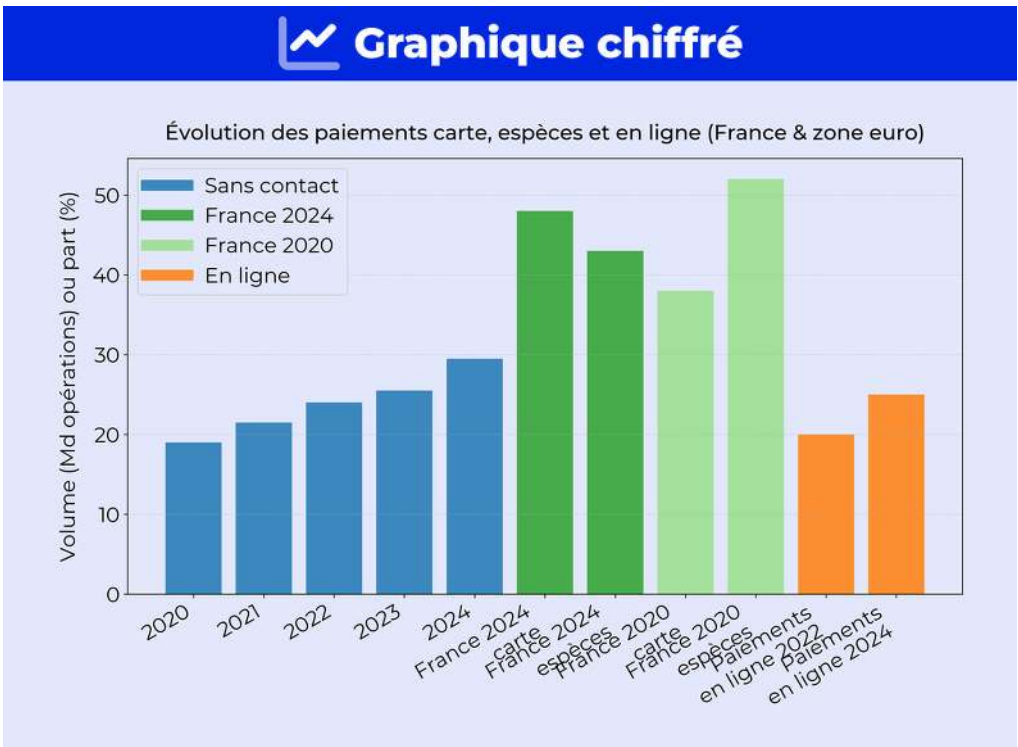
Addition, soustraction, multiplication et division restent tes outils quotidiens. N'oublie pas la priorité des opérations et le placement de la virgule quand tu multiplies ou divises des prix.

Calculs utiles en magasin :

Tu utiliseras souvent : total de plusieurs articles, calcul de la remise, et conversion d'une fraction en pourcentage pour les promotions ou les ingrédients en pesée.

Exemple de calcul de prix :

Tu vends 3 articles à 12,50€ l'unité, TVA 20%. Calcul étape par étape, sous total 37,50€, TVA 7,50€, total 45,00€. Ce calcul évite les erreurs en caisse.



Taux de TVA	Multiplicateur	Exemple
20%	1,20	Prix HT 10,00€ → Prix TTC 12,00€
10%	1,10	Prix HT 5,00€ → Prix TTC 5,50€

5,5%	1,055	Prix HT 2,00€ → Prix TTC 2,11€
------	-------	--------------------------------

2. Calculs pratiques pour le métier :

Objectif et situation professionnelle :

Apprendre à estimer coûts, marges et remises pour prendre de bonnes décisions en rayon. Tu dois savoir convertir un pourcentage en montant et vérifier rapidement un total lors d'une vente.

Exemple concret de gestion de stock :

Contexte, tu dois commander un produit qui se vend bien. Prix fournisseur 2,50€ par unité, tu veux 50 unités. Étapes, calcul commande, valeur et marge prévisionnelle.

Interprétation et livrable attendu :

Résultat chiffré, commande 50 unités coûte 125€. Si tu vends chaque unité 4,00€, chiffre d'affaires estimé 200€ et marge brute 75€. Livrable attendu, bon de commande chiffré et feuille de calcul simple.

Exemple de cas concret :

Tu calcules : $50 \times 2,50\text{€} = 125,00\text{€}$ coût d'achat. Vente prévue $50 \times 4,00\text{€} = 200,00\text{€}$ CA. Marge brute $200,00\text{€} - 125,00\text{€} = 75,00\text{€}$.

Astuces de stage et erreurs fréquentes :

Arrondis correctement la monnaie, note toujours deux décimales pour les prix et vérifie la TVA. Une erreur fréquente est d'oublier d'ajouter la TVA sur le total HT lors d'une remise.

Étape	Action	Pourquoi
Vérifier prix	Comparer étiquette et caisse	Évite litige client
Calculer total	Additionner articles HT puis ajouter TVA	Assure exactitude du rendu
Appliquer remise	Calculer pourcentage puis soustraire montant	Respecte la politique commerciale
Vérifier monnaie	Compter avant de rendre au client	Évite erreurs de caisse

Checklist opérationnelle courte :

Avant d'encaisser, vérifie en 4 points simples. Cette liste rapide t'aide à être fiable et rapide pendant les heures de pointe en magasin.

- Vérifier étiquette et code prix
- Calculer le total HT et la TVA
- Appliquer remise si prévue

- Compte monnaie et rends ticket

Interpréter les résultats pour le CAP EPC :

La marge brute te montre la rentabilité avant frais. Si ta marge est trop faible, discute des prix ou du fournisseur avec ton tuteur. Ces chiffres servent aussi pour un simple argument de vente.

Exemple d'analyse rapide :

Si un produit s'achète 3,00€ et se vend 4,50€, marge brute 1,50€ soit 33% du prix de vente. Ce calcul rapide t'aide à choisir les promotions rentables.

Astuce de terrain :

Lors de mon premier stage j'ai noté les prix sur un petit carnet puis j'ai fait mes calculs avant d'entrer en caisse, cela m'a évité plusieurs erreurs le premier mois.

Ce qu'il faut retenir

Tu apprends les bases de **nombres et opérations** utiles en magasin : entiers, fractions, décimaux, et calculs de prix. Maîtrise la **priorité des opérations** et le placement de la virgule pour éviter les erreurs en caisse.

- Calcule total, remise et conversions (fraction en pourcentage) pour promos et pesées.
- Applique la TVA via un multiplicateur (ex : 20% = 1,20) pour passer de HT à TTC.
- Estime coûts, CA et **marge brute** pour les commandes et la rentabilité.
- Sécurise l'encaissement : prix, total HT + TVA, remise, monnaie.

Arrondis correctement, garde deux décimales, et vérifie toujours la TVA après une remise. Ces automatismes te rendent rapide, fiable et capable d'expliquer tes résultats au CAP EPC.

Chapitre 2 : Pourcentages et proportions

1. Notions de base :

Définition :

Un pourcentage exprime une fraction sur cent, il facilite la comparaison entre quantités, il transforme une proportion en nombre lisible pour le commerce et les calculs quotidiens.

Calculer un pourcentage :

Pour trouver x% d'une valeur, multiplie la valeur par x et divise par 100, tu obtiens un résultat en euros ou en unités selon le contexte.

Convertir pourcentage en proportion :

La proportion est le pourcentage divisé par 100, par exemple 25% devient 0,25, ce format sert aux calculs de prix, marges et parts de marché.

Exemple d'application simple :

Si un produit coûte 80 euros et la réduction est de 20%, calcule 80 fois 20 divisé par 100, résultat 16 euros, prix final 64 euros.

2. Applications en commerce :

Remises et augmentations :

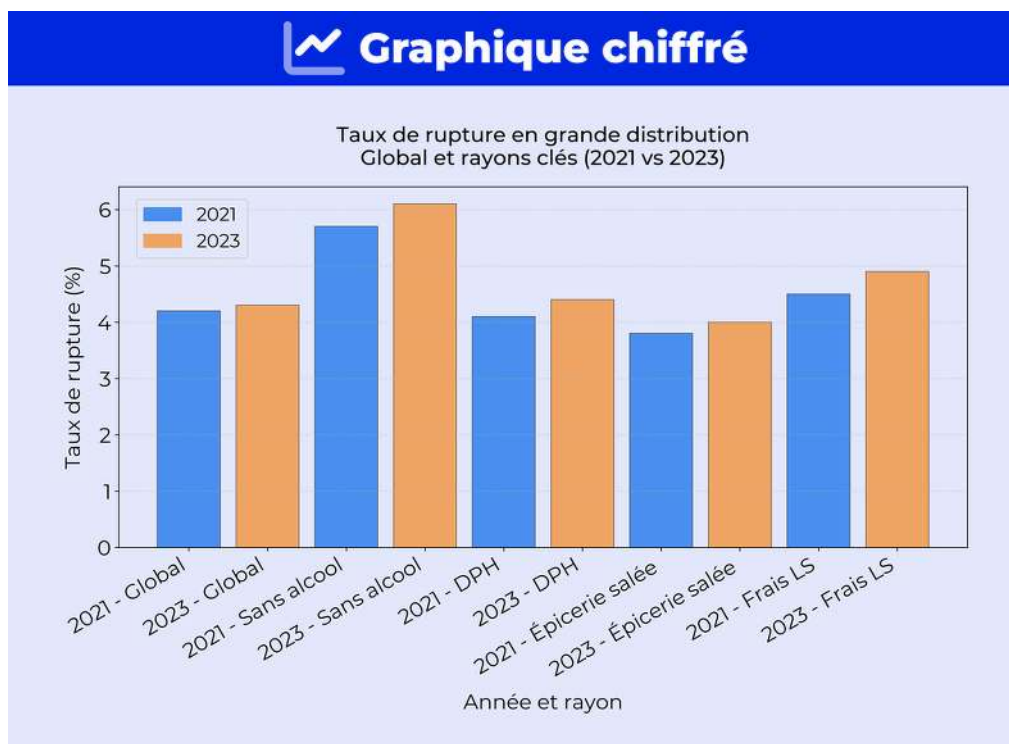
Les remises s'appliquent en multipliant le prix par 1 moins le taux sous forme décimale, alors que les augmentations utilisent 1 plus ce taux, facile et rapide en caisse.

Taux de marge et TVA :

Le taux de marge se calcule sur le prix d'achat, tu divises la marge par le coût, multiplie par 100, la TVA s'ajoute au prix hors taxe selon le taux applicable.

Proportions et réassort :

Utilise les proportions pour répartir les stocks, si 30% des ventes viennent d'un produit, prévois une quantité correspondante lors du réassort pour éviter la rupture.



Exemple de calcul de remise :

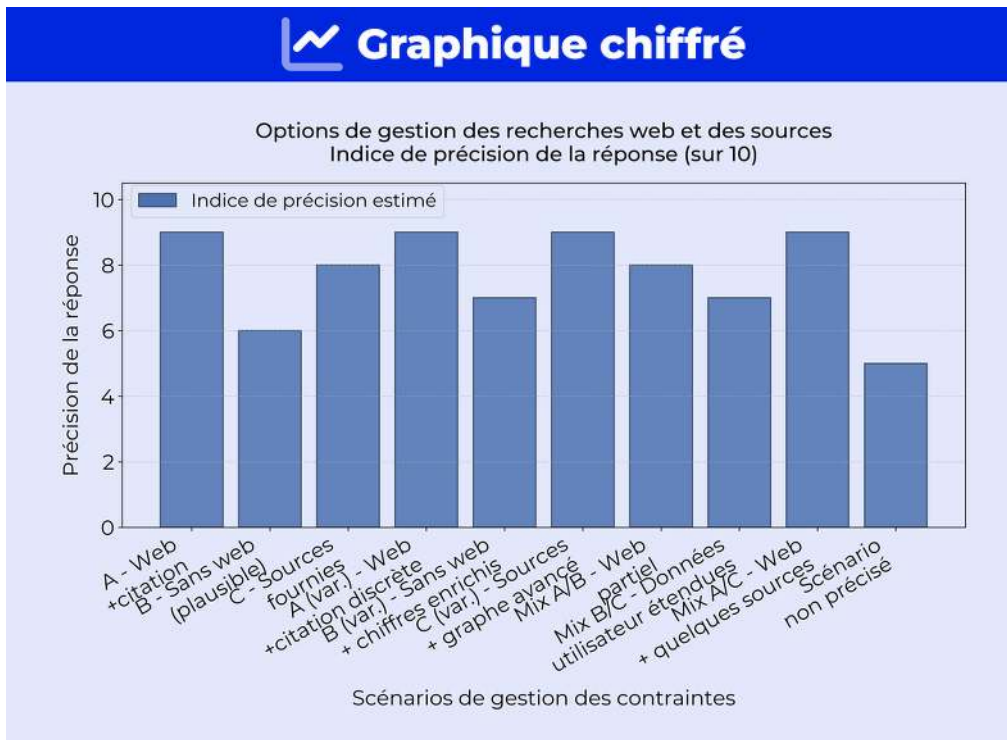
Prix initial 120 euros, remise 15%, calcul $120 \text{ fois } 15 \text{ divisé par } 100$ égal 18 euros, prix soldé 102 euros, à noter pour l'étiquetage.

Pourcentage	Proportion	Multiplicateur
5%	0,05	0,95 ou 1,05
10%	0,10	0,90 ou 1,10
25%	0,25	0,75 ou 1,25

3. Cas concret et outils :

Cas concret : promotion hebdomadaire :

Contexte, tu es en stage dans un magasin, décide d'une promo de 20% sur 250 pièces, objectif vendre 40% du stock en 7 jours tout en gardant une marge minimale de 15%.

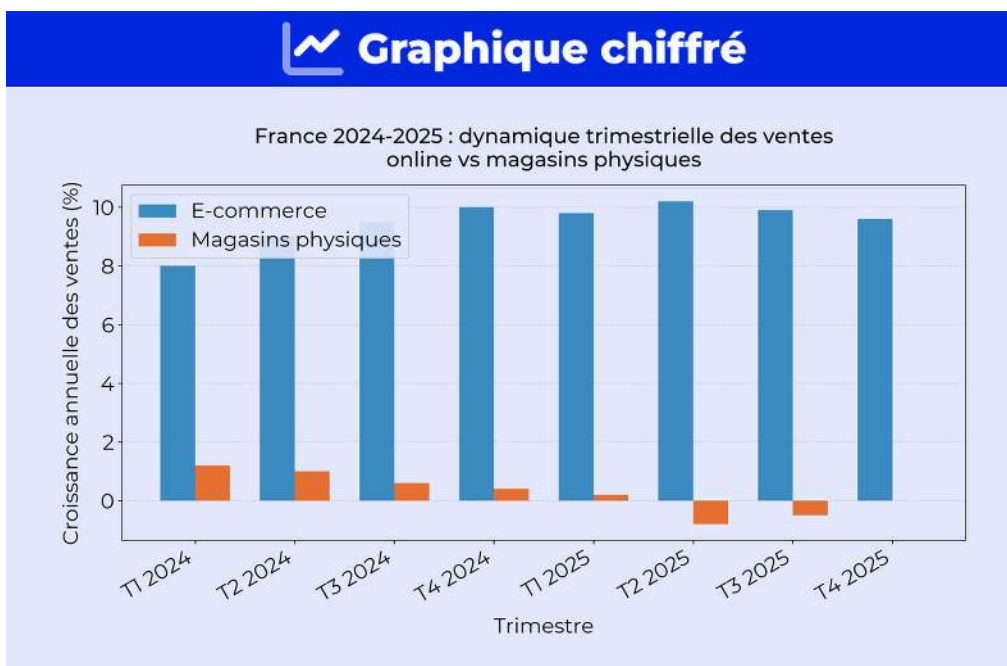


Étapes et livrable :

Étapes : calculer prix soldé, estimer ventes attendues, ajuster quantités en rayon, produire une feuille récapitulative. Livrable attendu : tableau de 3 lignes indiquant prix, stock et ventes prévues.

Résultat et interprétation :

Résultat attendu : si 40% du stock vendu, soit 100 pièces, à 40 euros pièce, chiffre d'affaires 4 000 euros, vérifie marge de 15% et ajuste les commandes selon ce résultat.



Je me souviens d'un week-end de soldes où ces calculs m'ont évité une rupture, en ajustant les quantités j'ai sauvé 600 euros de ventes perdues.

Étape	Action	Vérifier
1	Calculer le prix soldé	Taux et montant en euros
2	Estimer ventes prévues	Volume en pièces par jour
3	Vérifier la marge	Marge minimale 15%
4	Préparer le réassort	Quantité restante post-promo
5	Étiqueter correctement	Prix HT et TTC visibles

Ce qu'il faut retenir

Un pourcentage est une **fraction sur cent** : pour calculer $x\%$ d'une valeur, tu fais $\text{valeur} \times x/100$. Pour passer en proportion, tu divises le pourcentage par 100 (ex. $25\% = 0,25$).

- Remise ou hausse : utilise un **multiplicateur de remise** ($1 - \text{taux}$) ou d'augmentation ($1 + \text{taux}$).
- Commerce : calcule le **taux de marge** sur le prix d'achat et ajoute la TVA au prix HT selon le taux.
- Stocks : base ton **plan de réassort** sur la part des ventes (ex. 30% des ventes, 30% du stock).

Dans un cas concret de promo, tu fixes le prix soldé, estimes les ventes (ex. 40% de $250 = 100$ pièces), vérifies la marge minimale, puis ajustes le rayon et les commandes. Ces calculs t'évitent les erreurs d'étiquetage et les ruptures.

Chapitre 3 : Statistiques simples

1. Comprendre les notions de base :

Moyenne, médiane et mode :

La moyenne donne une idée générale d'une série de nombres, la médiane sépare la série en deux parties égales et le mode indique la valeur la plus fréquente. Ces trois outils t'aident à résumer des ventes rapidement.

Étapes pour calculer la moyenne :

Additionne toutes les valeurs, puis divise par le nombre de valeurs. Garde toujours l'unité, par exemple euros ou articles vendus, pour interpréter correctement le résultat sur le terrain.

Interpréter chaque résultat :

Si la moyenne est plus élevée que la médiane, cela peut venir de quelques valeurs élevées qui faussent la vue d'ensemble, pense à regarder la dispersion des données pour décider des actions commerciales.

Exemple d'interprétation de moyenne :

Tu as 7 tickets de caisse en euros: 12, 15, 8, 20, 10, 18, 17. Somme = 100 euros, moyenne = 100 divisé par 7, soit environ 14,29 euros par ticket.

2. Organiser les données et calculer des fréquences :

Tableaux de fréquence :

Rassemble les ventes par article ou par créneau horaire, compte les occurrences, puis calcule la part de chaque catégorie pour voir ce qui marche vraiment en magasin.

Construire un tableau utile :

Note chaque produit, le nombre vendu, la fréquence et le pourcentage du total. Ce tableau sert de base pour les commandes, la mise en rayon et la gestion des stocks.

Produit	Nombre vendu	Fréquence	Pourcentage
Pain	30	30	37
Lait	20	20	25
Chips	15	15	19
Boissons	10	10	12
Chocolat	5	5	6

Interpréter le tableau :

Dans cet exemple, le pain représente 37 pour cent des ventes totales, il faut donc s'assurer d'avoir le stock suffisant le matin et prévoir un facing visible pour maintenir ces ventes.

Astuce collecte de données :

Note les ventes sur 7 jours pour lisser les variations, utilise un tableau simple sur Excel ou sur papier, et vérifie les chiffres chaque soir pendant la première semaine.

3. Utiliser les statistiques pour prendre des décisions :

Mesurer la performance quotidienne :

Calcule l'average ticket, la médiane des tickets et le nombre de ventes par créneau horaire, ces indicateurs te montrent quand ouvrir une caisse supplémentaire ou lancer une promo ciblée.

Cas concret chiffré et livrable :

Contexte: magasin de quartier, semaine d'observation 7 jours, total recettes 3 150 euros, 250 tickets. Étapes: calculer moyenne et médiane, détecter heures de pointe. Résultat: moyenne 12,6 euros, médiane 11 euros.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Sur 7 jours, tu repères un pic entre 12h et 14h avec 90 tickets. Livrable attendu: tableau horaires vs tickets, recommandation de 1 employé supplémentaire entre 12h et 14h pour réduire l'attente.

Erreurs fréquentes et conseils :

Ne mélange pas données de jours différents sans indiquer la période, évite d'extrapoler trop vite sur un seul jour, et garde toujours une source de sauvegarde pour tes tableaux.

Action	Pourquoi	Quand le faire
Choisir période d'observation	Pour avoir des données représentatives	Au moins 7 jours
Collecter les ventes	Pour alimenter les calculs	Chaque jour en fin de service
Vérifier et nettoyer les données	Pour éviter les erreurs d'analyse	Après collecte hebdomadaire
Calculer moyenne, médiane, mode	Pour résumer la situation	Après nettoyage des données
Agir et mesurer l'impact	Pour vérifier l'efficacité	Après 2 à 4 semaines

Petit retour d'expérience :

Lors de mon stage, on a calculé la moyenne des tickets sur 2 semaines, cela nous a permis d'ajuster les commandes et de réduire les ruptures, et honnêtement ça change la journée de travail.

Ce qu'il faut retenir

Tu résumes vite tes ventes avec **moyenne, médiane, mode** : la moyenne donne la tendance, la médiane coupe la série en deux, le mode repère la valeur la plus fréquente. Si la moyenne dépasse la médiane, quelques gros montants peuvent biaiser l'analyse.

- Construis un **tableau de fréquences** (produit ou horaire) avec nombre vendu et pourcentage pour piloter stock et mise en rayon.
- Choisis une **période d'observation** d'au moins 7 jours et note les ventes chaque fin de service.
- Après collecte, **nettoie les données** puis décide : renfort en heures de pointe, promo ciblée, ajustement des commandes.

Évite de mélanger des jours sans préciser la période et ne conclus pas sur une seule journée. Agis, puis mesure l'impact après 2 à 4 semaines pour valider tes choix.

Physique-Chimie

Présentation de la matière :

En CAP EPC (Équipier Polyvalent du Commerce), **la Physique-Chimie** t'aide à comprendre des situations concrètes, comme les **températures de conservation**, la sécurité avec les produits, ou l'électricité d'un matériel. Cette matière conduit à l'épreuve **Mathématiques et Physique-Chimie**, évaluée en **coefficient de 2**, le plus souvent en CCF dans l'année de diplôme.

En CCF, tu passes 2 situations, dont une en **Physique-Chimie** sur **45 minutes**, notée sur 8 points, avec une approche expérimentale et des règles de sécurité à respecter. En examen ponctuel, l'épreuve est écrite, sur **1 heure 30**, avec une partie Physique-Chimie prévue pour 45 minutes.

Je me souviens que l'un de mes amis a gagné 2 points juste en soignant les unités et la conclusion, ça paraît simple, mais ça fait la différence.

Conseil :

Pour réussir, vise **2 séances de 15 minutes** par semaine, c'est plus efficace qu'un gros bachotage. Fais une fiche avec les unités, les conversions, et 5 formules clés, puis entraîne-toi à expliquer une démarche, pas juste à donner un résultat.

Le jour J, garde ces réflexes:

- Lire le protocole jusqu'au bout
- Écrire les unités à chaque ligne
- Vérifier si le résultat est logique

Fais au moins 3 entraînements en conditions, chrono sur 45 minutes, et relis-toi 3 minutes pour traquer les oublis d'unités et les arrondis absurdes.

Table des matières

Chapitre 1 : Mesures et unités	Aller
1. Mesures et unités de base	Aller
2. Mesures en pratique et manipulations	Aller
Chapitre 2 : Électricité de base	Aller
1. Comprendre les notions clés	Aller
2. Appliquer des calculs simples et montages pratiques	Aller
3. Sécurité et cas concret en magasin	Aller
Chapitre 3 : Matière et mélanges	Aller
1. Composition de la matière et états	Aller

2. Mélanges et méthodes de séparation	Aller
3. Manipulations courtes, mesures et calculs utiles	Aller
Chapitre 4 : Sécurité au travail	Aller
1. Identifier les risques en magasin	Aller
2. Règles et équipements de sécurité	Aller
3. Agir en cas d'incident et manipulations sûres	Aller

Chapitre 1 : Mesures et unités

1. Mesures et unités de base :

Unité de base :

Une unité est une référence pour mesurer une grandeur, comme le mètre pour la longueur ou le kilogramme pour la masse. Connaître ces unités évite des erreurs lors de la préparation des commandes en magasin.

Système international :

Le Système international (SI) regroupe 7 unités de base utiles en commerce, notamment le mètre, le kilogramme et la seconde, donc privilégie le SI pour la cohérence des fiches produit et des étiquettes.

Exemple d'unités courantes :

Une balance affiche la masse en kilogrammes ou en grammes, un ruban mesure la longueur en mètres ou centimètres, et un doseur liquide indique des volumes en litres ou en millilitres.

2. Mesures en pratique et manipulations :

Matériel et étapes :

Matériel simple : une balance précise au gramme, un cylindre gradué 100 ml, un récipient et un mètre ruban pour mesurer dimensions et volumes lors d'un contrôle qualité en rayon.

Procédure de mesure :

Étapes : pese l'objet, mesure son volume par déplacement d'eau ou dimensions, puis calcule la densité avec $\rho = m / V$ et commente l'unité obtenue pour vérifier conformité fournisseur.

Astuce pratique :

Note la température si tu mesures des liquides et enlève tous les emballages avant de peser, cela réduit des écarts de 3 à 10% observés en stage sur des produits fragiles.

Interprétation des mesures :

Une densité proche de 1 g/ml indique un matériau similaire à l'eau, une valeur plus élevée signale un matériau plus lourd. Vérifie toujours les unités et arrondis à 2 chiffres significatifs pour les fiches produits.

Échantillon	Masse (g)	Volume (ml)	Densité (g/ml)
Produit A	120	100	1,20
Produit B	50	60	0,83

Produit C	200	200	1,00
Produit D	75	70	1,07

Cas concret :

Contexte : un magasin vend 100 unités d'un produit volumineux par mois et veut réduire frais d'expédition en optimisant l'emballage existant pour diminuer le volume transporté.

Étapes du cas :

Étapes : mesure la longueur, la largeur et la hauteur en cm pour 10 produits, calcule le volume en litres, compare avec la boîte actuelle et identifie un gain possible en pourcentage.

Résultat et livrable :

Résultat : optimisation possible de 15% du volume pour 100 unités, soit économie d'environ 0,12 m³ par mois. Livrable attendu : tableau Excel listant dimensions, volume initial, volume optimisé et gain financier estimé.

Vérification	Pourquoi
Calibrer la balance	Assure des masses fiables pour les commandes et la facturation
Vérifier l'unité utilisée	Prévenir les erreurs d'étiquetage et les retours clients
Lire le ménisque	Améliore la précision pour les volumes liquides
Noter la mesure et l'unité	Trace les contrôles et facilite la traçabilité produit
Arrondir à 2 chiffres	Offre un bon compromis entre précision et lisibilité

Ce qu'il faut retenir

Une unité sert de référence pour mesurer (mètre, kilogramme, litre) et éviter les erreurs en magasin. Utilise les **unités du SI** pour garder des fiches produit cohérentes. En pratique, avec balance, cylindre gradué et mètre ruban, tu fais un **contrôle qualité en rayon** en mesurant masse et volume, puis en calculant la **densité $\rho = m/V$** .

- Retire l'emballage, calibre la balance et note toujours mesure + unité.
- Pour les liquides, lis le ménisque et note la température.
- Arrondis à 2 chiffres significatifs pour des étiquettes lisibles.

Interprète la densité : proche de 1 g/ml, c'est similaire à l'eau, plus haut c'est plus lourd. Les mesures servent aussi à optimiser l'emballage : en comparant dimensions et volumes, tu peux chiffrer un gain de volume et estimer l'économie d'expédition.

Chapitre 2 : Électricité de base

1. Comprendre les notions clés :

Tension et courant :

La tension se mesure en volts et agit comme la pression qui pousse les électrons, le courant en ampères représente le débit d'électrons, comprendre la différence t'aide à diagnostiquer un appareil qui ne s'allume pas.

Résistance et loi d'ohm :

La résistance, en ohms, limite le courant. La loi d'ohm s'écrit $V = R \times I$, utilise-la pour calculer l'intensité ou la chute de tension, cela évite d'exploser un fusible lors d'un dépannage.

Unités et instruments de mesure :

Le multimètre mesure tension, courant et résistance, choisis la bonne fonction avant de tester. Un mauvais réglage peut abîmer l'appareil ou donner des valeurs fausses, donc fais attention aux gammes.

Exemple de mesure :

Mesure la tension d'une prise, tu obtiens 230 volts, note la valeur avant toute intervention, cela sert de référence pour la remise en service et pour la fiche d'intervention.

2. Appliquer des calculs simples et montages pratiques :

Montage en série et en parallèle :

En série, le courant est identique dans chaque élément, la tension se répartit. En parallèle, la tension est la même sur chaque branche, le courant se partage entre elles, utile pour l'éclairage du magasin.

Calculer la puissance :

La puissance électrique se calcule $P = U \times I$, l'unité est le watt. Par exemple une lampe de 60 watts sous 230 volts consomme environ 0,26 ampère, utile pour choisir un fusible adapté.

Manipulation courte : montage et mesure :

Montage simple pour mesurer la résistance d'une ampoule, tu as besoin d'un multimètre, d'une ampoule et d'un support, éteins l'alimentation et déconnecte la lampe avant de mesurer pour obtenir une valeur fiable.

Élément	Mesure attendue	Unité	Remarque
Ampoule à incandescence	100 à 300	Ohm	Valeur à froid

Prise secteur	230	Volt	Tension nominale en France
Fil cuivre 1,5 mm ²	Très faible	Milliohm	Résistance négligeable sur courte distance

Astuce pratique :

Avant toute mesure, vérifie la position des cadrans sur le multimètre et commence par la plus haute gamme si tu doutes, cela t'évite d'endommager l'appareil et de fausser la lecture.

3. Sécurité et cas concret en magasin :

Règles de sécurité :

Coupe toujours l'alimentation avant d'intervenir, porte des gants isolants et protège les zones de passage. Signale les interventions sur la fiche et fais valider les travaux par le responsable magasin pour traçabilité.

Mini cas concret :

Contexte : remplacement d'un bandeau LED de 2 m, ancienne puissance 24 W remplacée par une bande de 12 W, durée d'éclairage 10 heures par jour, gain direct 12 W soit 0,12 kWh journalier.

- Couper l'alimentation et sécuriser l'espace
- Mesurer la tension à l'emplacement, vérifier 230 volt
- Remplacer le bandeau et mesurer le courant, noter 0,05 ampère
- Rédiger la fiche d'intervention et prendre photo avant/après

Livrable attendu : fiche d'intervention avec valeur mesurée 230 volt, courant mesuré 0,05 ampère, économie estimée 0,12 kWh par jour, et photo avant/après signée par le responsable.

Checklist opérationnelle :

Utilise cette mini-checklist avant de commencer une intervention électrique simple, elle te protège et rassure le responsable magasin.

Étape	Vérifier
Couper alimentation	Disjoncteur abaissé
Absence de tension	Testeur sans contact
Mesure des valeurs	230 volt et 0,05 ampère
Documentation	Fiche et photo

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Remplacer dix bandeaux LED 24 W par des 12 W dans une réserve ouverte 10 heures par jour économise 120 W total, soit 1,2 kWh chaque jour, résultat visible sur la facture électrique mensuelle.

Exemple d'erreur fréquente :

Un élève a mesuré un courant sans ouvrir le circuit, il a fait griller le multimètre, retient la leçon et vérifie toujours la bonne configuration avant de mesurer le courant.

Ce qu'il faut retenir

Tu relies les bases pour dépanner : la **différence tension-courant** et la résistance expliquent pourquoi un circuit ne fonctionne pas. Avec un multimètre, tu mesures juste en choisissant la bonne fonction et la bonne gamme.

- Applique la **loi d'Ohm $V=R \times I$** pour éviter fusible grillé et chute de tension inattendue.
- Distingue série (courant identique, tension partagée) et parallèle (tension identique, courant partagé).
- Calcule la **puissance $P=U \times I$** pour dimensionner protection et charge.
- Respecte la **sécurité avant mesure** : coupe l'alimentation, vérifie l'absence de tension, puis note valeurs et photo.

En magasin, le remplacement d'un bandeau LED peut réduire la conso (ex. 12 W gagnés). Documente toujours l'intervention (230 V, 0,05 A, économie estimée) et fais valider par le responsable.

Chapitre 3 : Matière et mélanges

1. Composition de la matière et états :

Définitions clés :

La matière est tout ce qui a une masse et occupe un volume, elle peut être constituée d'atomes ou de molécules. Connaître ces notions aide à comprendre pourquoi certains produits réagissent entre eux.

Atomes, molécules et exemples :

Un atome est une particule unique, une molécule est un assemblage d'atomes. Par exemple, l'eau est H_2O , avec 2 atomes d'hydrogène et 1 atome d'oxygène, masse et volume important pour les dosages.

États de la matière et propriétés :

Il existe trois états courants, solide, liquide et gaz. Chaque état a des propriétés mesurables comme la masse volumique, la viscosité et la compressibilité, utiles pour manipuler les produits en magasin.

Exemple :

Tu verses 500 ml d'eau dans un flacon, l'eau reste liquide à température ambiante, ce qui explique pourquoi certains produits se versent facilement et d'autres non.

2. Mélanges et méthodes de séparation :

Types de mélanges :

Un mélange peut être homogène ou hétérogène. Dans un jus de fruit non filtré, tu vois des particules, c'est hétérogène. Dans une solution sucrée, tout semble uniforme, c'est homogène.

Méthodes de séparation et principes :

On sépare les mélanges selon la taille des particules, la solubilité ou la densité. Choisir la bonne méthode évite le gaspillage et assure la qualité des produits en rayon.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

En back-office, séparer une solution huile-eau par décantation réduit les pertes de produit de 15 % sur 1 mois, tout en limitant les retours clients.

Méthode	Principe	Exemple pratique en magasin
Filtration	Séparer solides insolubles d'un liquide	Retirer pulpe d'un sirop avant mise en bouteille
Décantation	Séparer liquides non miscibles par densité	Séparer huile et eau lors d'un incident de stockage

Evaporation	Enlever le solvant pour récupérer le soluté	Concentration d'un sirop pour réduction de volume
Décantation centrifuge	Accélérer la séparation par rotation	Traiter échantillons pour tests qualité en 10 minutes

Choisir la méthode en pratique :

Regarde l'état du mélange, la quantité à traiter et le temps disponible. Par exemple, pour 2 kg d'un mélange solide-liquide sale, la filtration est rapide et coûte peu, souvent suffisante en magasin.

Erreurs fréquentes :

Ne pas vérifier la compatibilité des contenants avec le produit, ou utiliser une méthode lente pour une urgence. Ces erreurs entraînent des pertes et des arrêts de rayon, apprends à prioriser.

3. Manipulations courtes, mesures et calculs utiles :

Manipulation simple pour mesurer la densité :

Matériel nécessaire, balance précise à 0,1 g, éprouvette graduée 100 ml, eau et produit à tester. Mesure la masse et le volume, puis calcule la densité avec la formule donnée plus bas.

Étapes et mesures :

Étape 1, mesure la masse du récipient vide. Étape 2, verse 50 ml du produit et mesure la masse. Étape 3, calcule la masse du produit, puis la densité en utilisant $\rho = m / V$.

Formule et interprétation :

Rappelle-toi, $\rho = m / V$. Si m est en grammes et V en millilitres, ρ s'exprime en $\text{g}\cdot\text{ml}^{-1}$, ce qui est équivalent à $\text{g}\cdot\text{cm}^{-3}$. Une densité supérieure à 1 signifie que le produit est plus lourd que l'eau.

Exemple :

Tu mesures $m = 60 \text{ g}$ pour $V = 50 \text{ ml}$, donc $\rho = 60 \text{ divisé par } 50 = 1,2 \text{ g}\cdot\text{ml}^{-1}$. Le produit flottera sous l'eau, utile pour décider d'un contenant adapté.

Table de mesures type pour une expérience de densité :

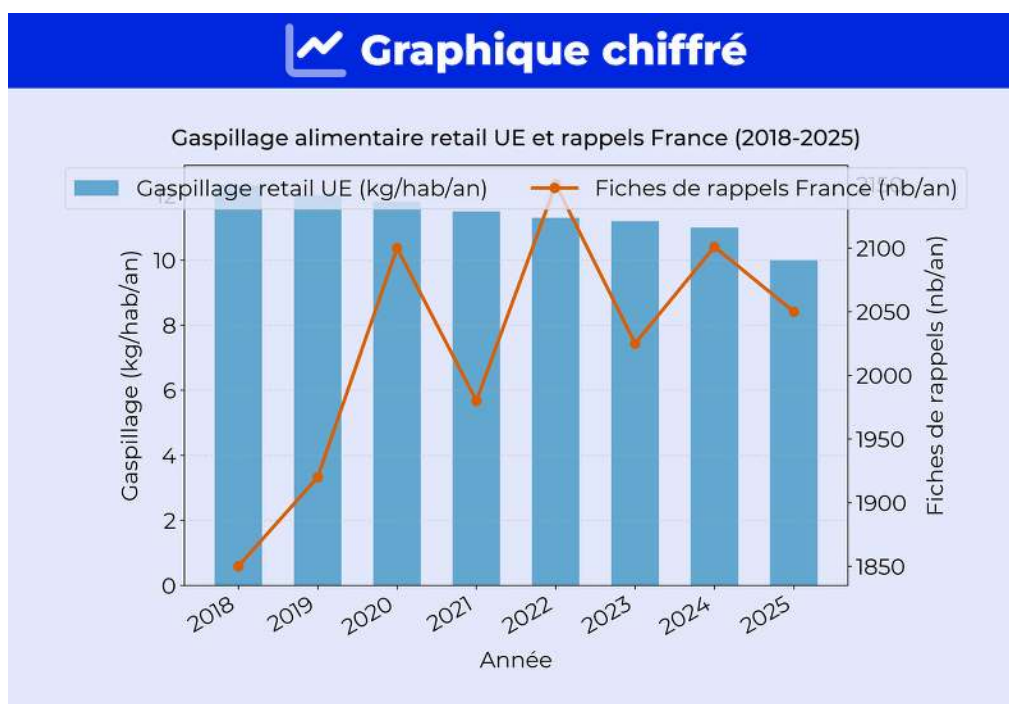
Échantillon	Masse totale (g)	Masse récipient (g)	Volume (ml)	Densité ($\text{g}\cdot\text{ml}^{-1}$)
Eau	150	100	50	1,0
Huile	130	100	50	0,6
Sirop	170	100	50	1,4

Interprétation des résultats :

Une densité plus grande indique un produit plus concentré ou plus lourd. En magasin, cela impacte le conditionnement, le transport et la sécurité des stocks, notamment pour éviter fuites et casse.

Mini cas concret :

Contexte, en rayon épicerie, 1 lot de 200 paquets de farine semble aggloméré à cause d'humidité. Étapes, prélèvement de 10 échantillons, pesées avant et après séchage 24 heures à 60 °C, mesure de perte de masse.



Exemple :

Résultat, perte de masse moyenne de 3,5 % signale 7 paquets impropres sur 200, soit 3,5 kg de produit à retrait. Livrable attendu, rapport chiffré avec masse initiale et masse après séchage, pour décision de retrait ou remise en rayon.

Checklist terrain :

Action	Pourquoi
Vérifier l'état visuel des emballages	Repérer contamination ou humidité
Prélever 3 à 10 échantillons	Obtenir données représentatives
Mesurer masse et volume	Calculer densité ou humidité
Rédiger rapport simple	Décision rapide pour le rayon
Conserver photos et mesures	Preuve en cas de litige fournisseur

Conseils et retours d'expérience :

En stage, j'ai appris qu'une mesure mal notée fait perdre 30 minutes lors d'un contrôle qualité, note toujours les unités et l'heure. Une bonne organisation réduit le stress et améliore ta crédibilité.

Astuce :

Garde un carnet de mesures, note masse, volume, température et date, ces 4 infos suffisent souvent pour trancher rapidement en rayon.

Ce qu'il faut retenir

La matière a une masse et occupe un volume : elle est faite d'atomes et de molécules, et existe en solide, liquide ou gaz avec des propriétés mesurables.

- Distingue **masse et volume** pour doser juste, et relie l'état (viscosité, compressibilité) à la facilité de manipulation.
- Identifie un **mélange homogène** ou hétérogène, puis choisis la **méthode de séparation** adaptée (filtration, décantation, évaporation, centrifugation).
- Mesure la densité avec $\rho = m/V$; une **densité supérieure à 1** signifie plus lourd que l'eau, utile pour le conditionnement et la sécurité.

En pratique, évite les erreurs de contenant et de méthode trop lente : observe, prélève quelques échantillons, note bien les unités et rédige un rapport simple pour décider vite en rayon.

Chapitre 4 : Sécurité au travail

1. Identifier les risques en magasin :

Risques courants :

Les risques en commerce sont glissades, chutes d'objets, coupures, incendie et exposition aux produits ménagers. Identifier l'emplacement et la fréquence t'aide à prioriser les actions de prévention.

Repérage visuel :

- Vérifie sols humides et tapis mal posés
- Contrôle étagères mal rangées et emballages abîmés
- Repère produits chimiques stockés sans étiquette

Exemple d'identification d'un risque :

Lors d'un inventaire, tu notes 3 chutes d'objets sur une étagère mal rangée, tu signales et bloques l'accès jusqu'à la remise en sécurité.

Une fois en stage, j'ai glissé sur un seau oublié, cela m'a appris à baliser immédiatement les zones et à vérifier les sols avant d'ouvrir le rayon.

2. Règles et équipements de sécurité :

Équipements de protection :

Porte des gants nitrile pour manipuler produits corrosifs, des chaussures antidérapantes en rayon, et un tablier pour la manutention fréquente. Vérifie l'état des équipements chaque semaine.

Signalisation et consignes :

Affiche les consignes évacuation, consignes premier secours et le plan d'urgence près du bureau. Les sorties et extincteurs doivent rester accessibles et visibles en permanence.

Astuce équipement :

Range les EPI à portée de main, vérifie les dates de péremption des gants et remplace les éléments usés, cela évite 80% des incidents de protection inefficace.

Élément	Usage	Quand le porter
Gants nitrile	Protection chimique et coupures	Lors de manutention de produits
Chaussures antidérapantes	Prévenir les glissades	En rayon et stockage

Lunettes de protection	Éclaboussures et poussières	Lors de mélanges ou nettoyages
Extincteur	Lutte contre le feu naissant	Accessible en permanence

3. Agir en cas d'incident et manipulations sûres :

Gestes d'urgence :

En cas de coupure importante, applique compression, surélève et appelle les secours si écoulement persistant. Pour brûlure chimique, rince au moins 15 minutes à l'eau puis consulte un professionnel.

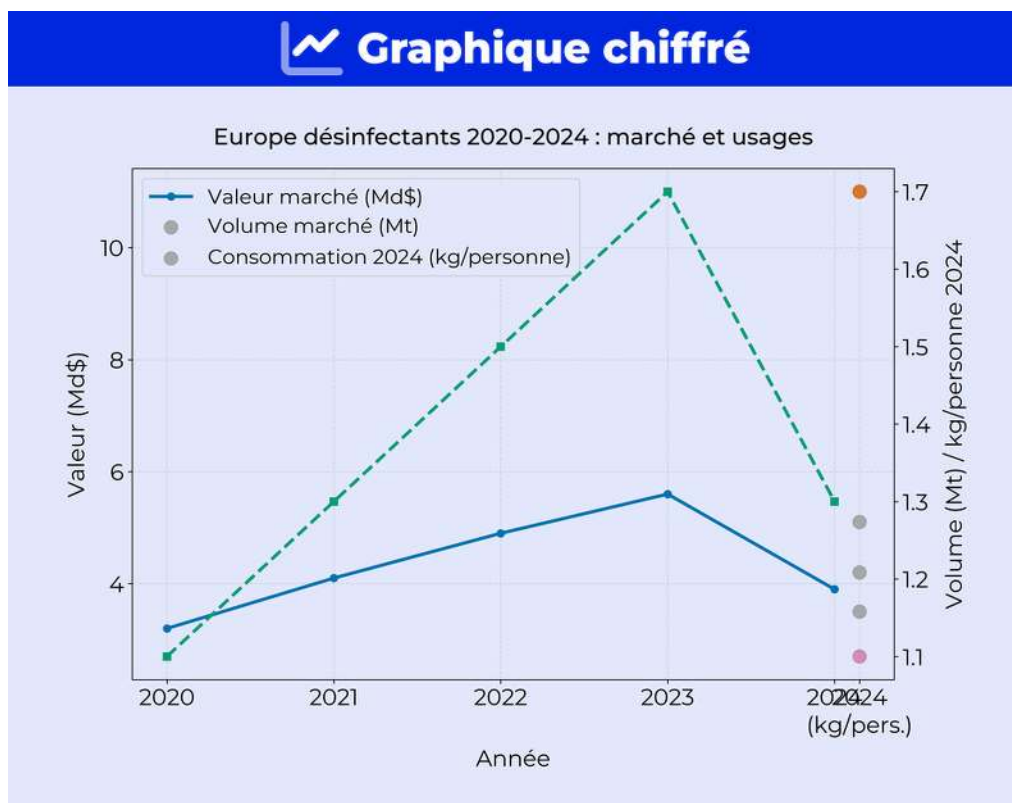
Manipulations chimiques courtes :

Matériel : gants, lunettes, béciers de 100 ml, cylindre gradué, eau et produit concentré à 5% pour préparer solutions nettoyantes en petites quantités.

- Mesure d'abord le volume final souhaité et la concentration cible
- Utilise la formule $C1V1 = C2V2$ pour calculer le volume de produit concentré
- Ajoute toujours le produit dans l'eau, jamais l'inverse, pour limiter projections

Exemple de dilution :

Pour faire 500 ml de solution à 0,8% depuis un produit à 4%, calcule $V1 = (0,8 \times 500) / 4 = 100$ ml, puis complète avec 400 ml d'eau.



Objectif	Volume final	Volume de produit concentré	Volume d'eau
Solution à 1% depuis 5%	1000 ml	200 ml	800 ml
Solution à 0,8% depuis 4%	500 ml	100 ml	400 ml
Solution à 2% depuis 10%	1000 ml	200 ml	800 ml

Mini cas concret :

Contexte : un magasin enregistre 20 glissades liées à produits ménagers sur une année.

Étapes : signalisation, tapis antidérapants sur 5 allées, formation 30 minutes pour 10 employés, et contrôle hebdomadaire.

Résultat : après 6 mois, glissades réduites à 5 incidents par an. Livrable attendu : rapport chiffré mensuel, tableau de suivi et plan de maintenance avec dates et responsables.

Tâche	Fréquence	Responsable
Vérifier sols et signalisation	Tous les jours	Employé en rayon
Contrôler EPI	Chaque semaine	Responsable de magasin
Test d'extincteurs	Tous les 6 mois	Prestataire agréé
Formation sécurité	Annuel	Formateur interne

Ce qu'il faut retenir

En magasin, repère vite les **risques les plus fréquents** (glissades, chutes d'objets, coupures, incendie, produits chimiques) en observant l'emplacement et la répétition des incidents pour prioriser.

- Fais un repérage visuel : sols humides, tapis mal posés, étagères instables, produits sans étiquette.
- Utilise des **EPI indispensables** (gants nitrile, chaussures antidérapantes, lunettes) et contrôle leur état chaque semaine.
- En dilution, applique $C1V1 = C2V2$ et **ajoute le produit** dans l'eau, jamais l'inverse.
- En cas d'accident, applique les **gestes d'urgence** (compression, rinçage 15 min) et alerte si besoin.

Maintiens la signalisation, les sorties et les extincteurs toujours accessibles. Mets en place des contrôles réguliers et un suivi chiffré : baliser, former, vérifier, puis corriger pour réduire durablement les incidents.

Prévention-Santé-Environnement

Présentation de la matière :

En **Prévention-Santé-Environnement**, tu apprends à te protéger et à protéger les autres au travail, tout en comprenant les bons gestes pour limiter l'impact sur l'environnement. Dans le **CAP EPC**, ça colle au terrain: manutention, chutes, produits d'entretien, stress, déchets.

Cette matière conduit à l'épreuve de **PSE au CAP**, notée sur 20 avec un **coefficient de 1**. En CCF, tu as 2 moments: une partie **pratique et orale** liée aux gestes de secours, notée 5 points, puis un écrit de 50 minutes noté 15 points en dernière année.

En forme ponctuelle, c'est un écrit d'1 heure. Un camarade a pris 3 points de plus juste en expliquant mieux la prévention.

Conseil :

Fais simple et régulier: 3 séances de 20 minutes par semaine. Entraîne-toi sur des mini cas concrets, comme un carton trop lourd ou un sol glissant, puis applique la méthode: danger, conséquences, prévention, justification.

Apprends par cœur 3 réflexes qui tombent souvent, et écris-les vite le jour J:

- Protéger la zone
- Alerter les secours
- Secourir sans te mettre en danger

Le piège classique, c'est de donner un conseil sans l'argumenter, alors ajoute toujours 1 preuve ou 1 règle simple.

Table des matières

Chapitre 1 : Santé au quotidien	Aller
1. Hygiène et prévention au quotidien	Aller
2. Prévenir les accidents et gérer les urgences	Aller
Chapitre 2 : Prévention des risques	Aller
1. Identifier et évaluer les risques	Aller
2. Mettre en place des mesures de prévention	Aller
3. Gestes, postes et cas concret	Aller
Chapitre 3 : Environnement et déchets	Aller
1. Types de déchets et impacts	Aller
2. Tri et gestion en boutique	Aller
3. Réduction, réutilisation et actions concrètes	Aller

Chapitre 1 : Santé au quotidien

1. Hygiène et prévention au quotidien :

Principes de base :

Garde une hygiène des mains régulière, mange équilibré et dors environ 8 heures par nuit. Ces gestes simples réduisent la fatigue et les erreurs en magasin, et protègent tes collègues et clients.

Gestes barrières et entretien :

Applique le lavage des mains pendant 20 secondes avant et après manipulation d'aliments ou d'argent. Nettoie régulièrement les surfaces de caisse, au moins 1 fois par jour, et dès qu'elles sont sales.

Santé et alimentation au travail :

Prends des pauses alimentaires de 20 à 30 minutes quand tu peux, évite de sauter des repas. Un en-cas sain entre 1 et 2 heures avant le travail évite les pics de faim et les erreurs à la caisse.

Exemple d'organisation d'une pause :

Un équipier prend 25 minutes à 10 h, boit de l'eau et grignote un fruit, il se sent moins fatigué et reste concentré jusqu'à la pause déjeuner.

Élément	Fréquence recommandée	Pourquoi
Lavage des mains	Avant/après tâche	Évite la contamination croisée
Nettoyage caisse	1 fois par jour	Limite les germes sur surfaces fréquemment touchées
Hydratation	Toutes les 2 heures	Maintient la concentration et évite les maux de tête

2. Prévenir les accidents et gérer les urgences :

Règles de sécurité en magasin :

Range les produits au sol, signale les déversements et porte des chaussures antidérapantes. Une zone dégagée réduit les risques de chute et protège ton équipe et les clients.

Premiers secours et réactions rapides :

Sache où se trouve la trousse de secours et le défibrillateur si présent. Apprends les gestes de base comme la position latérale de sécurité et l'appel aux secours en cas d'urgence.

Surveillance des troubles de santé courants :

Repère signes de malaise chez un client ou collègue, sueurs, pâleur, difficulté à parler. Agis en 1 à 3 minutes, alerte un responsable et appelle les secours si l'état ne s'améliore pas.

Exemple d'intervention rapide :

Un collègue fait un malaise, tu libères l'espace, appelles les secours en 2 minutes et utilises la position latérale, son état s'améliore avant l'arrivée des secours.

Symptôme	Action immédiate	Quand appeler secours
Perte de conscience	Vérifier respiration	Immédiatement si non respire
Saignement important	Appliquer compression	Si perte de sang importante
Douleur thoracique	Faire asseoir et rassurer	Appeler secours immédiatement

Mini cas concret – réduction des accidents en magasin :

Contexte : un petit supermarché de quartier déclare 12 incidents glissade en 6 mois.

Objectif : réduire les incidents de 50% en 3 mois. Étapes :

- Installer 4 panneaux de signalisation pour zones glissantes.
- Former 6 équipiers sur le protocole de nettoyage rapide.
- Mettre en place un registre d'incidents quotidien pendant 90 jours.

Résultat : après 3 mois, incidents tombent à 5, baisse de 58% par rapport à la période initiale. Livrable attendu : rapport chiffré de 2 pages avec registre et photos.

Check-list opérationnelle avant l'ouverture :

Utilise cette check-list pour vérifier l'essentiel et rester serein sur le terrain.

Tâche	Vérifier	Fréquence
Sol et allées	Aucun obstacle ni déversement	Avant ouverture
Trousse de secours	Articles complets et non périmés	Hebdomadaire
Hygiène mains	Gel ou lavabo disponible	Avant service
Équipements de protection	Gants et chaussures conformes	Quotidienne

Quelques conseils de stage :

Note les incidents dans un carnet, partage les retours en fin de semaine avec ton tuteur et propose 1 amélioration simple chaque mois. Ça montre ton engagement et facilite la sécurité collective.

Exemple de petite astuce terrain :

J'avais l'habitude de laisser un rouleau d'essuie-tout près de la caisse, ça a réduit le temps de nettoyage moyen de 3 minutes par incident et évité deux chutes en 2 mois.

Ce qu'il faut retenir

Au quotidien, protège-toi et les autres avec une **hygiène des mains régulière**, une alimentation simple et un bon sommeil. En magasin, la prévention passe aussi par des surfaces propres, une bonne hydratation et des allées dégagées.

- Lavage des mains 20 secondes avant et après aliments ou argent, et **nettoyage de la caisse** au moins 1 fois par jour.
- Fais une pause de 20 à 30 minutes, prends un en-cas sain avant la prise de poste, et bois régulièrement pour rester concentré.
- Réduis les chutes : signale les déversements, range au sol, porte des chaussures antidérapantes.
- En urgence, repère les signes (pâleur, sueurs, difficulté à parler), alerte vite, connais la trousse et le défibrillateur, applique les **gestes de premiers secours**.

Avant l'ouverture, vérifie sols, matériel de secours et équipements. Note les incidents et propose une amélioration simple chaque mois : c'est concret, mesurable, et ça renforce la sécurité de l'équipe.

Chapitre 2 : Prévention des risques

1. Identifier et évaluer les risques :

Repérer les dangers :

Tu dois commencer par regarder ton lieu de travail comme si c'était la première fois, repérer ce qui peut te blesser, endommager un produit ou créer un incendie, et noter tout de suite les points critiques.

Classer les risques :

Classe les dangers par gravité et fréquence, par exemple coupures fréquentes à la caisse, chute occasionnelle dans la réserve, ou risque incendie lié à l'aire de cuisson, pour prioriser les actions à mener.

Méthode simple d'évaluation :

Utilise une grille 3 x 3 avec probabilité faible, moyenne, élevée et conséquence mineure, modérée, sévère, puis calcule les priorités pour intervenir en premier sur les risques les plus critiques.

Exemple d'identification :

Tu notes 3 risques prioritaires : 1. coupures au poste préparation, 2. manutention lourde en réserve, 3. obstacle au sol provoquant des glissades.

2. Mettre en place des mesures de prévention :

Actions techniques :

Installe des protections simples, comme tapis antidérapants, coupe-légumes avec protège-main, et étagères vissées, pour réduire nettement les accidents sans gros investissements.

Organisation du travail :

Répartis les tâches pour limiter les portages longs, planifie une rotation toutes les 2 heures si possible, et garde les charges lourdes à hauteur de hanche pour moins forcer le dos.

Formation et information :

Fais des rappels courts de 15 minutes chaque mois sur les risques fréquents, et assure-toi que les FDS sont accessibles pour tout produit dangereux, pour que tout le monde sache réagir.

Exemple d'organisation :

Dans une boutique, on a réduit les manutentions de 30 pour cent en plaçant les cartons proches des rayons et en utilisant un diable pour les déplacements longs.

3. Gestes, postes et cas concret :

Gestes et postures essentiels :

Plie les genoux pour soulever, rapproche la charge du corps, évite les torsions brusques, et utilise des moyens mécaniques dès que la charge dépasse 15 kg pour des manipulations régulières.

Prévention incendie et évacuation :

Connais l'emplacement des extincteurs, vérifie que les issues sont dégagées chaque matin, et participe aux exercices d'évacuation au moins une fois par an pour être prêt en cas d'alerte.

Mini cas concret – contrôle en magasin :

Contexte : une petite supérette de quartier avec 6 employés et stockage en réserve.

Étapes : inspection hebdomadaire des allées, vérification mensuelle des extincteurs, fiche des produits dangereux mise à jour.

Résultat : diminution des incidents mineurs de 40 en 6 mois, temps moyen de manutention réduit de 20 secondes par colis, satisfaction équipe améliorée.

Livrable attendu : un document unique simplifié d'une page contenant la liste de 10 risques prioritaires, 5 actions correctives et un planning de vérification hebdomadaire.

Exemple d'amélioration terrain :

En stage, j'ai proposé d'installer un bac à découpe sécurisé, ce qui a réduit les coupures au poste préparation d'environ 60 en 3 mois, c'était motivant à voir.

Élément	Risque	Action préventive
Caisse	Troubles musculo-squelettiques	Réhausse siège, pauses de 5 min toutes les 50 minutes
Réserve	Chute d'objets	Fixer étagères, placer charges lourdes en bas
Préparation	Coupures	Gants adaptés, couteaux sécurisés
Locaux techniques	Incendie	Contrôle extincteurs, issues dégagées

Check-list opérationnelle :

- Contrôle quotidien des allées et bornes de sortie, libère les passages obstrués.
- Vérification hebdomadaire des équipements de protection et signalisation visible.
- Inventaire mensuel des produits dangereux avec fiches actualisées.
- Formation de 15 minutes chaque mois sur un risque précis, noter les présences.

- Tenir un registre des incidents avec actions correctives et suivi chiffré.

Astuce de terrain :

Garde toujours une feuille d'observation sur le lieu pendant la première semaine de stage, tu détecteras 80 pour cent des problèmes simples juste en regardant passer les clients et collègues.

Ce qu'il faut retenir

Pour prévenir les accidents, commence par **repérer les dangers** et les classer selon gravité et fréquence. Avec une **grille 3 x 3**, tu identifies vite les priorités (coupures, manutention, glissades, incendie) et tu passes à l'action.

- Mets des **mesures de prévention** techniques : tapis antidérapants, protections, étagères fixées, gants et outils sécurisés.
- Organise le travail : rotation, charges à hauteur de hanche, moyens mécaniques si plus de 15 kg régulièrement.
- Informe et contrôle : rappels mensuels de 15 min, FDS accessibles, issues dégagées, extincteurs vérifiés.

Formalise tout dans un **document unique simplifié** : 10 risques, 5 actions, et un planning de vérifications. En suivant gestes, check-list et suivi des incidents, tu réduis rapidement les incidents et tu améliores le confort de l'équipe.

Chapitre 3 : Environnement et déchets

1. Types de déchets et impacts :

Catégories principales :

Les déchets se répartissent en organiques, recyclables, non recyclables et dangereux. En magasin, tu verras surtout emballages, restes alimentaires et déchets d'entretien, il faut les connaître pour bien trier.

Impact environnemental :

Un mauvais tri provoque plus d'émissions de gaz et augmente les coûts de traitement. Selon l'ADEME, réduire le volume de déchets à la source permet d'abaisser la facture de collecte et d'incinération.

Focus sur les déchets dangereux :

Les piles, produits d'entretien concentrés et ampoules sont dangereux, ils doivent être stockés séparément et repris par les filières adaptées, pour éviter pollution et risques pour la santé au travail.

Exemple de déchets fréquents en commerce :

Cartons d'emballage, barquettes alimentaires, films plastiques et restes de pain ou salad bar représentent souvent 60 à 80% du volume de déchets d'un petit commerce alimentaire.

2. Tri et gestion en boutique :

Organisation du tri en magasin :

Place au moins 3 zones de tri visible, une pour emballages recyclables, une pour organique, une pour ordures résiduelles. Étiquette les bacs clairement pour éviter les erreurs du personnel et des clients.

Procédures de stockage et sécurité :

Stocke les déchets dangereux dans un bac fermé et ventilé, éloigné des denrées. Note la date d'arrivée et ne mélange pas produits chimiques différents pour éviter réactions et risques d'incendie.

Collecte et contacts utiles :

Connais le planning de la mairie ou du prestataire privé, note les jours de collecte et les volumes acceptés. Respecter les horaires évite amendes et nuisances dans la zone commerciale.

Exemple d'organisation hebdomadaire :

Dans mon stage, on vidait le bac organique 3 fois par semaine et le bac recyclage 2 fois, ce planning réduisait les odeurs et facilitait la pesée des volumes.

Catégorie	Que mettre	Attention
Organique	Restes alimentaires, filtres à café	Éviter liquides et graisses en excès
Recyclables	Cartons, bouteilles, barquettes propres	Rincer rapidement avant dépôt
Dangereux	Piles, produits chimiques, ampoules	Stock séparé et étiquetage obligatoire

3. Réduction, réutilisation et actions concrètes :

Réduire à la source :

Limite les déchets dès l'achat, privilégie le vrac et les formats réutilisables. Négocie avec les fournisseurs pour diminuer les emballages non recyclables et optimise tes commandes pour éviter le gaspillage.

Réutiliser et valoriser :

Réemploie des cartons pour des retours fournisseurs, propose des sacs réutilisables à la vente et mets en place un coin don pour invendus encore consommables pour limiter la destruction.

Suivi et indicateurs :

Pèse les déchets par catégorie une fois par semaine pendant 4 semaines pour établir une base. Mesure ensuite les réductions et fixe un objectif chiffré, par exemple diminuer de 30% en 3 mois.

Exemple d'objectifs chiffrés :

Un commerce a réduit ses emballages de 25% en 6 mois en demandant des palettes sans film et en remplaçant 50% des sacs jetables par des sacs payants réutilisables.

Mini cas concret : réduction des déchets en boulangerie :

Contexte : petite boulangerie vendant 200 pains et 150 viennoiseries par jour, gros volumes d'emballages et de restes alimentaires.

Étapes :

Mettre en place tri à la source, pesées hebdomadaires, négocier emballages avec fournisseur, proposer sacs réutilisables et don des invendus à une association.

Résultat :

Après 3 mois, réduction de 30% du volume de déchets plastiques, baisse de 20% des restes alimentaires grâce au don, et économies de 180 euros par mois sur la gestion des déchets.

Livrable attendu :

Fichier Excel simple listant les volumes hebdomadaires en kg par catégorie, graphique comparatif avant/après et plan d'actions avec coûts estimés et économies réalisées.

Étape	Action concrète	Indicateur
Pesée initiale	Peser bacs pendant 4 semaines	Kg par catégorie
Mise en place tri	Installer bacs étiquetés visibles	Taux d'erreur < 10%
Suivi mensuel	Comparer volumes et coûts	% de réduction par mois

Checklist opérationnelle sur le terrain :

Tâche	Fréquence	À vérifier
Vider bacs organiques	3 fois par semaine	Propreté et odeurs
Contrôler tri recyclage	Chaque jour	Absence d'erreurs de tri
Étiqueter déchets dangereux	Dès réception	État et date notés
Mettre à jour tableur	Hebdomadaire	Volumes et coûts enregistrés

Astuce terrain :

Explique le tri à chaque nouvelle recrue en 10 minutes chrono et affiche un mémo visuel près des bacs, ça évite 70% des erreurs de débutants selon mon expérience.

Ce qu'il faut retenir

En boutique, tu gères surtout organique, recyclables, résiduels et **déchets dangereux**. Un mauvais tri augmente émissions et coûts, alors organise-toi pour trier vite et bien.

- Installe 3 zones visibles : recyclables, organique, ordures, avec bacs clairement étiquetés.
- Stocke les dangereux à part : bac fermé et ventilé, loin des denrées, dates notées, pas de mélanges chimiques.
- Agis sur le volume : **réduire à la source** (vrac, moins d'emballages) et réutiliser (cartons, sacs, dons).
- Fais un **suivi chiffré hebdomadaire** : pesées par catégorie, puis objectif (ex. -30% en 3 mois).

Respecte le planning de collecte pour éviter amendes et nuisances. Forme chaque nouvelle recrue en 10 minutes et affiche un mémo près des bacs pour limiter les erreurs.

Langue vivante A (Anglais)

Présentation de la matière :

En **CAP EPC**, la **Langue vivante A** te prépare à l'**épreuve obligatoire** de langue vivante étrangère, avec un **coefficient 1** et une note sur 20. En statut scolaire, l'évaluation se fait **en CCF** pendant l'année, en 2 situations, une partie écrite d'environ **1 heure**, puis un oral d'environ **6 minutes**.

On attend un **niveau A2**, donc tu dois surtout savoir comprendre et te faire comprendre dans des situations simples, souvent liées au commerce. Je me rappelle d'un camarade qui a vraiment progressé le jour où il a arrêté de traduire mot à mot, et qu'il a commencé à parler avec des phrases courtes.

Conseil :

Pour réussir, vise une **révision 15 minutes**, 3 fois par semaine. Alterne 1 jour d'écoute, 1 jour de lecture, 1 jour d'expression, et garde un petit carnet avec 20 phrases utiles en magasin. Tu vas vite sentir que tu prends confiance.

Pour l'oral, prépare un mini sujet lié au métier, par exemple un produit, un rayon, une tâche en réserve, et entraîne-toi à tenir **3 minutes** sans t'arrêter, puis à répondre à 5 questions.

- Hello, can I help you
- The price is
- Cash or card

Pour l'écrit, entraîne-toi en conditions réelles, avec un chrono, et apprends à repérer les mots clés plutôt qu'à tout comprendre. Le piège fréquent, c'est de perdre du temps sur 1 mot inconnu, alors avance et reviens ensuite.

Table des matières

Chapitre 1 : Compréhension orale	Aller
1. Stratégies pour comprendre l'oral	Aller
2. Entraînement pratique et situations métiers	Aller
Chapitre 2 : Compréhension écrite	Aller
1. Stratégies de lecture pour gagner du temps	Aller
2. Repérer l'information utile en contexte commerce	Aller
3. >vocabulaire et structures utiles en anglais	Aller
Chapitre 3 : Interaction simple	Aller
1. Préparer ta prise de parole	Aller
2. Formules utiles en magasin	Aller

3. Gérer une demande simple [Aller](#)

Chapitre 4 : Lexique professionnel [Aller](#)

1. Termes essentiels en magasin [Aller](#)

2. Formules utiles en situation [Aller](#)

3. Erreurs fréquentes et mini cas concret [Aller](#)

Chapitre 1 : Compréhension orale

1. Stratégies pour comprendre l'oral :

Objectif et intérêt :

Ce point t'aide à comprendre pourquoi l'écoute est essentielle en caisse ou en rayon, pour identifier une demande, un produit manquant et éviter les erreurs de commande fréquentes en magasin.

Techniques d'écoute active :

Adopte trois gestes simples, reformule la demande, répète le produit ou la quantité, et note les informations clés pour vérifier, ces techniques réduisent les malentendus et font gagner du temps en vente.

Signaux pour comprendre le sens :

Repère les mots stressés, l'intonation montante ou descendante et les mots de liaison, ces indices t'aident à saisir si le client demande un renseignement, une réclamation ou un conseil adapté.

Exemple d'accueil :

"Hello, can I help you?" (Bonjour, puis-je vous aider ?) Cette phrase simple permet de lancer la conversation et d'identifier rapidement la demande client en rayon ou en caisse.

Phrase en anglais	Traduction française
Can I help you?	Puis-je vous aider ?
I would like two croissants	Je voudrais deux croissants
How much is this?	C'est combien ?
Do you have this in another size?	Avez-vous ceci dans une autre taille ?
I'm looking for the bread	Je cherche le pain
Can I pay by card?	Puis-je payer par carte ?
Could you repeat that please?	Pouvez-vous répéter s'il vous plaît ?
It's for takeaway	C'est à emporter

2. Entraînement pratique et situations métiers :

Exercices simples :

Fais des écoutes courtes de 1 à 2 minutes, note 3 éléments clés, puis reformule en anglais une phrase, répète l'exercice 3 fois par session pour progresser régulièrement sur la compréhension orale en contexte commercial.

Mini cas concret :

Contexte: lors d'un stage en boulangerie, tu dois comprendre les commandes orales des clients pendant 2 heures de pointe, et préparer les produits demandés rapidement et correctement.

Étapes: écoute, note quantité et produit, répète l'information, résultat attendu: 90% de commandes correctes sur 50 demandes, livrable: fiche de 50 commandes notées avec heure et mention client.

Astuce pratique :

"When in doubt, repeat the order back to the customer." (En cas de doute, répète la commande au client.) Cette habitude réduit les erreurs et augmente la satisfaction client pendant les périodes chargées.

Dialogue de vente :

Customer: "Can I have two croissants, please?" (Client: "Puis-je avoir deux croissants, s'il vous plaît ?") Staff: "Of course, two croissants, is that all?" (Bien sûr, deux croissants, c'est tout ?) Utilise cette confirmation systématiquement.

Erreurs fréquentes :

Voici des formulations à éviter et leur version correcte en anglais, pratique ces corrections pour éviter les confusions et améliorer ta confiance à l'oral lors du stage ou en magasin.

- Mauvaise formulation: "I want water" - Version à privilégier: "I would like some water" (Je voudrais de l'eau).
- Mauvaise formulation: "Give me two breads" - Version à privilégier: "Could I have two loaves of bread, please?" (Pourrais-je avoir deux pains, s'il vous plaît ?).
- Mauvaise formulation: "How much this?" - Version à privilégier: "How much is this?" (C'est combien ?).

Tâche	Contrôle rapide
Réécouter la demande	Répéter 1 fois à voix haute
Confirmer la quantité	Vérifier le chiffre annoncé
Noter les détails	Écrire produit et heure
Valider le paiement	Demander le mode de paiement
Remercier le client	Dire merci et au revoir

Checklist opérationnelle :

- Écoute active: repérer 3 mots clés.
- Reformulation: répéter la commande en 1 phrase.
- Notation: écrire produit, quantité, heure.
- Confirmation: vérifier le paiement avant la remise.

Anecdote: Je me rappelle qu'au premier stage j'ai souvent mal entendu les quantités, j'ai appris vite à répéter pour confirmer et éviter les erreurs, cette habitude m'a sauvé lors des périodes chargées.

Ce qu'il faut retenir

La compréhension orale est clé en caisse ou en rayon pour saisir une demande et éviter les erreurs. Avec l'**écoute active**, tu reformules, tu répètes produit et quantité, et tu notes l'essentiel. Appuie-toi aussi sur les **indices de l'intonation** et les mots importants pour distinguer question, réclamation ou conseil.

- Fais des écoutes de 1 à 2 minutes, note 3 éléments, puis reformule en anglais.
- En cas de doute, applique la **confirmation de commande** en répétant au client.
- En situation pro, note produit, quantité et heure pour sécuriser le service.
- Évite les formules trop directes et privilégie des demandes polies.

En période de pointe, répéter et vérifier te fait gagner du temps et augmente la satisfaction client. Plus tu t'entraînes, plus ta **compréhension en situation** devient automatique.

Chapitre 2 : Compréhension écrite

1. Stratégies de lecture pour gagner du temps :

Objectif et public :

Ce point t'aide à lire vite et efficacement pour le métier, en ciblant les informations utiles pour la vente, l'accueil ou la gestion des produits, sans perdre du temps sur chaque détail.

Méthode pratique :

Commence par un survol de 30 à 60 secondes pour repérer titres, chiffres et mots-clés, puis lis en diagonale pour isoler 4 à 6 éléments essentiels avant une lecture complète si nécessaire.

Exemple d'application :

When is the sale valid? (Quand la promotion est-elle valable ?) — repère la date et le pourcentage, note-les dans ta feuille de route pour la caisse ou l'étiquette prix.

2. Repérer l'information utile en contexte commerce :

Points à détecter :

Pour chaque texte professionnel, cible toujours : produit, prix, durée, condition de retour, public visé, et action attendue, ce sont les éléments que tu devras citer en anglais ou en français.

Lecture ciblée :

Lis d'abord la première et la dernière phrase de chaque paragraphe, puis cherche chiffres et mots comme price, discount, return pour extraire l'information clé plus rapidement.

Exemple de repérage :

The item is non-refundable after 15 days. (L'article n'est pas remboursable après 15 jours.)
— note "non-refundable" et "15 days" pour répondre au client ou rédiger une étiquette.

3. >vocabulaire et structures utiles en anglais :

Vocabulaire clé :

Apprends 10 à 15 mots et expressions liés à la vente, l'étiquette ou la promotion, ils seront souvent présents dans les consignes écrites et t'aideront à comprendre rapidement le sens général du texte.

Mini dialogue à lire et traduire :

Customer: Do you accept returns within 14 days? (Client : Acceptez-vous les retours sous 14 jours ?) Clerk: Yes, with the receipt. (Vendeur : Oui, avec le ticket de caisse.)

Exemple d'utilisation :

Use the expression "on sale" when you see a percent next to a price, it signposts promotions and t'aide à orienter le client vers le bon rayon ou la bonne affiche.

Expression	Traduction
On sale	En promotion
Price	Prix
Discount	Remise
Receipt	Ticket de caisse
Return policy	Politique de retour
Stock	Stock
Size	Taille
Label	Étiquette
Limited time	Durée limitée

Erreurs fréquentes :

On confond souvent "refund" et "return", ce qui peut créer des malentendus lors d'une réclamation. Lis toujours le contexte pour savoir s'il s'agit d'un remboursement ou d'un simple retour.

Mauvaise formulation	Bonne traduction/context
I want a return. (sans précision)	Préciser return ou refund selon la politique, pour éviter l'erreur
How much discount? (isolé)	Vérifier le pourcentage exact indiqué dans le texte
Open everyday (sans heures)	Chercher les heures d'ouverture pour confirmation

Mini cas concret :

Contexte : une affiche en anglais annonce "20% off until 12/12". Étapes : repérer date et pourcentage, traduire pour l'équipe, étiqueter 120 articles en rayon. Résultat : 120 étiquettes posées en 2 heures, 20% d'économie visible sur la PLV. Livrable attendu : liste Excel avec 120 références et la nouvelle étiquette prix appliquée.

Tâche	À faire
Survol initial	30 à 60 secondes pour repérer titres et chiffres
Repérage mots-clés	Cherche price, discount, days, receipt

Note rapide	Écris 3 à 4 infos sur une fiche
Vérification	Relis pour confirmer chiffres et dates
Communication	Informe l'équipe en anglais simple si besoin

Astuce terrain :

Si un mot bloque, surligne-le et note un synonyme en français, ensuite continue la lecture, tu reviendras à la fin, c'est plus efficace que de tout traduire au fur et à mesure.

Exemple de phrase utile à mémoriser :

Do you have this in another size? (Avez-vous cela dans une autre taille ?) — utile pour comprendre une demande écrite sur bon de commande ou message client.

Petite anecdote : la première fois que j'ai lu une fiche produit en anglais, j'ai confondu "fabric" et "fibre", depuis j'ai appris à repérer le contexte pour éviter ce genre d'erreur.

Ce qu'il faut retenir

Tu gagnes du temps en lecture pro en visant l'essentiel pour la vente, l'accueil et l'étiquetage : fais un survol 30 à 60 s, puis une lecture en diagonale avant de relire seulement si besoin.

- Repère vite les **titres, chiffres et mots-clés** (price, discount, return) et isole 4 à 6 infos utiles.
- Cible toujours **produit, prix, durée, conditions** (retour, public visé, action attendue).
- Mémorise 10 à 15 expressions commerce comme **on sale, receipt, return policy** et fais attention à **return vs refund**.

Si un mot te bloque, surligne-le, note un synonyme et continue : tu reviens à la fin. Relis pour confirmer dates et pourcentages, puis communique l'info clairement à l'équipe ou au client.

Chapitre 3 : Interaction simple

1. Préparer ta prise de parole :

Objectif et public :

Ce point t'aide à gérer les premières secondes avec un client, à capter son besoin et à paraître professionnel, tout en restant naturel et en utilisant un vocabulaire simple en anglais et en français.

Plan simple :

Commence par saluer, te présenter brièvement si nécessaire, puis poser 1 à 2 questions ouvertes pour cerner la demande du client, sans utiliser des phrases longues ou compliquées.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

En magasin, je dis souvent «Hello, can I help you?» (Bonjour, puis-je vous aider?) puis j'écoute 10 à 20 secondes pour identifier le besoin réel du client.

2. Formules utiles en magasin :

Saluer et attirer l'attention :

Des formules courtes sont efficaces, par exemple «Good morning» (Bonjour) ou «Hello» (Salut), suivies d'une proposition d'aide claire et polie pour engager la conversation sans pression.

Proposer et vérifier :

Utilise des phrases comme «Do you need a size?» (Avez-vous besoin d'une taille?) ou «Would you like a bag?» (Voulez-vous un sac?) pour confirmer le besoin et préparer la vente.

Exemple d'utilisation en caisse :

À la caisse, dis «Will that be all?» (Ce sera tout?) puis attends la réponse, cela évite les oublis et accélère la file clientèle en moyenne de 20 secondes par client.

3. Gérer une demande simple :

Étapes pour répondre :

Écoute, reformule brièvement en anglais si possible, propose 1 solution et vérifie la satisfaction du client, tout cela en 30 à 60 secondes pour garder un service fluide en période d'affluence.

Erreurs fréquentes :

Ne pas interrompre le client, éviter les réponses trop longues et ne pas improviser du vocabulaire que tu ne maîtrises pas, car cela crée de la confusion et prolonge l'échange inutilement.

Exemple d'échange rapide :

Client: "Do you have this in medium?" (Avez-vous ceci en taille M?) Toi: "Yes, I will check the stock." (Oui, je vérifie le stock.) Puis tu revérifies en rayon.

Exemple de mini-dialogue au rayon vêtements :

Shop assistant: "Can I help you find something?" (Puis-je vous aider à trouver quelque chose?) Customer: "I'm looking for a black jacket." (Je cherche une veste noire.)

Mini cas concret :

Contexte : Une cliente cherche une veste noire, taille M, en boutique avec 2 vendeurs présents. Étapes : saluer, poser 2 questions, vérifier rayon, proposer 2 alternatives. Résultat : vente conclue en 4 minutes, panier moyen augmenté de 12 euros.

Livrable attendu : Fiche de vente brève indiquant la référence, la taille, le prix initial, la remise éventuelle et le temps passé, format papier ou note sur le logiciel, durée maximale 5 minutes.

Checklist opérationnel :

Action	Pourquoi
Saluer en anglais et en français	Mets le client à l'aise et montre ton ouverture
Poser 1 à 2 questions ouvertes	Permet d'identifier le besoin réel rapidement
Proposer une option claire	Facilite la décision et accélère la vente
Vérifier la satisfaction	Évite les retours et augmente la confiance

Tableau bilingue utile :

Anglais	Français
Hello, can I help you?	Bonjour, puis-je vous aider?
Do you need a different size?	Avez-vous besoin d'une autre taille?
Would you like a bag?	Voulez-vous un sac?
Can I put this on reserve?	Puis-je mettre cela en réserve?
It will be five euros	Cela fera cinq euros
Sorry, we are out of stock	Désolé, nous sommes en rupture de stock
One moment please	Un instant s'il vous plaît
Would you like to pay by card?	Voulez-vous payer par carte?

Have a nice day	Bonne journée
-----------------	---------------

Erreurs fréquentes :

Dire trop vite en anglais, mélanger les temps ou traduire littéralement sont des erreurs courantes, entraîne-toi sur 5 à 10 phrases types et note les tournures que tu maîtrises mieux.

Astuce terrain :

Garde une fiche de 8 à 12 phrases courtes en anglais dans ta poche pendant les 1ers jours de stage, cela réduit le stress et améliore ta confiance en interaction réelle.

Ce qu'il faut retenir

Pour une interaction simple en magasin, pense d'abord à ton **objectif et public** : paraître pro, rester naturel, et utiliser un anglais basique. Suis un **plan simple** : saluer, te présenter si besoin, puis poser 1 à 2 questions ouvertes.

- Utilise des formules courtes : «Hello, can I help you?», «Do you need a different size?», «Would you like a bag?»
- Réponds en 30 à 60 secondes avec **écoute et reformulation**, une solution, puis une vérification de satisfaction
- Évite de parler trop vite, d'improviser du vocabulaire, ou de traduire littéralement; prépare des **phrases types**

Entraîne-toi sur 5 à 10 phrases et garde une mini-fiche en poche au début. Après chaque vente, note les infos clés (référence, taille, prix, remise, temps) pour rester efficace et progresser vite.

Chapitre 4 : Lexique professionnel

1. Termes essentiels en magasin :

Objectif :

Apprendre les mots clés anglais utiles en commerce pour être efficace en caisse, en rayon et à l'accueil. Ces mots te donnent confiance et te font gagner du temps en stage.

Mots à connaître :

Concentre-toi sur 10 à 15 mots fréquents, prononciation simple, et sens pratique. Mets-les sur une fiche de 10 lignes à relire avant chaque service.

Exemple d'utilisation :

"Good morning, how can I help you?" (Bonjour, comment puis-je vous aider ?) est une phrase courte que tu peux dire dès l'ouverture.

English	Français
Cash register	Caisse
Price tag	Étiquette de prix
Shelf	Rayon
Receipt	Ticket de caisse
Stock	Stock
Discount	Remise
Customer	Client
Return	Retour
Shelf label	Étiquette rayon
Price check	Vérification prix

2. Formules utiles en situation :

Accueil et prise en charge :

Des phrases simples suffisent pour commencer. Apprends 6 formules clés pour saluer, orienter, indiquer un produit et conclure la vente en anglais.

Dialogues courts :

Travaille des mini-dialogues de 2 à 4 répliques pour t'entraîner. Répète-les à voix haute pendant 5 à 10 minutes avant ton service.

Exemple de dialogue :

"Can I help you?" (Puis-je vous aider ?) "Yes please, where is the bread?" (Oui s'il vous plaît, où est le pain ?) "It is in aisle 3." (Il est au rayon 3.)

Astuce pratique :

Note 5 phrases sur une fiche A5 et colle-la dans ta poche. Tu la liras pendant les pauses, c'est discret et efficace en situation réelle.

Étape	Action
Préparation 10 min	Relire 6 phrases clés avant le service
Accueil	Dire bonjour et proposer son aide
Orientation	Indiquer le rayon ou le produit
Conclusion	Proposer le ticket et remercier le client

3. Erreurs fréquentes et mini cas concret :

Erreurs à éviter :

Ne confonds pas "price" et "price tag", évite les traductions littérales, et ne fais pas de phrases trop longues. Des phrases simples sont plus claires pour le client et pour toi.

Mini cas concret :

Contexte, 1ère situation : un client anglophone veut 10 références locales traduites et étiquetées pour une animation promotionnelle de 2 jours en magasin.

Étapes :

Tu identifies les 10 produits, traduis les noms en anglais, imprimes 10 étiquettes, et les poses en rayon. Prévois 2 heures pour tout faire seul.

Résultat et livrable attendu :

Livrable : un lot de 10 étiquettes bilingues format 7 cm x 5 cm. Objectif : réduction de 20% du temps de réponse client en anglais pendant la promo.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Préparer les étiquettes à l'avance permet de traiter 30 clients en plus sur 2 jours, et d'améliorer l'accueil des anglophones.

Erreurs fréquentes :

- Dire "I am agree" au lieu de "I agree" qui est correct et naturel.
- Utiliser "shop" et "store" de façon interchangeable sans contexte, ça peut prêter à confusion.
- Traduire littéralement des expressions comme "passer en caisse" par "pass in cash", au lieu de "go to the till".

- Oublier la politesse courte, un "thank you" simple change beaucoup.

Check-list opérationnelle :

Action	Pourquoi
Relire 6 phrases clés	Gagne en fluidité et confiance
Avoir une fiche produit bilingue	Accélère la traduction et l'étiquetage
Pratiquer 5 minutes par jour	Mémorisation durable
Demander un feedback au tuteur	Corrige tes erreurs rapidement
Noter les mots nouveaux	Construis ton vocabulaire métier

Ce qu'il faut retenir

Tu construis un **lexique professionnel utile** pour être à l'aise en caisse, en rayon et à l'accueil. Vise 10 à 15 mots fréquents (cash register, receipt, discount, return) et 6 formules simples pour démarrer une interaction.

- Prépare une **fiche de révision rapide** (10 lignes) et relis-la avant chaque service.
- Répète des **mini-dialogues courts** 5 à 10 minutes à voix haute.
- Évite les **erreurs de traduction** (price vs price tag, "I agree", "go to the till") et garde des phrases courtes.
- En cas concret, anticipe l'étiquetage bilingue pour gagner du temps et fluidifier l'accueil.

En bref, tu progresses vite en misant sur peu de mots, beaucoup de répétition et une routine avant service. Reste simple, poli, et demande du feedback pour corriger tes automatismes.

Arts appliqués et cultures artistiques

Présentation de la matière :

En **CAP EPC**, Arts appliqués et cultures artistiques t'aide à comprendre ce qui rend une affiche, un packaging ou une mise en rayon **claire et attractive**, couleurs, typographies, composition, croquis simples. C'est concret, tu fais souvent des productions liées à la vente.

Cette matière conduit à l'**épreuve facultative** d'arts appliqués et cultures artistiques au CAP, **écrite**, sur une **durée de 1 h 30**, notée sur 20, sans coefficient, seuls les points au-dessus de 10 comptent. Elle se passe en fin de 2e année, souvent en juin.

Dans le règlement d'examen du **CAP EPC**, l'épreuve facultative prévue est la langue vivante, donc arts appliqués n'est généralement pas proposé à l'examen. Un camarade a quand même progressé vite, ses affiches promo ont clairement gagné en impact.

Conseil :

Organise-toi, 2 fois 20 minutes par semaine, tu fais 1 mini-croquis et tu analyses 1 visuel, vitrine, logo, packaging. Le piège classique, c'est de dessiner sans expliquer tes choix, ajoute 2 phrases avec un vocabulaire simple.

Le jour J, garde une méthode stable :

- Lire la consigne en 3 minutes
- Produire 2 ou 3 pistes rapides
- Choisir 1 piste et la rendre lisible
- Commenter brièvement tes choix

Si tu soignes la propreté et la cohérence, tu gagnes des points facilement.

Table des matières

Chapitre 1 : Couleurs et formes	Aller
1. Les bases des couleurs et des formes	Aller
2. Appliquer couleurs et formes en commerce	Aller
Chapitre 2 : Mise en page	Aller
1. Principes de mise en page	Aller
2. Typographie et images	Aller
3. Mise en page en contexte commercial	Aller
Chapitre 3 : Communication visuelle	Aller
1. Principes de la communication visuelle	Aller
2. Supports et signalétique en magasin	Aller

3. Démarche créative et évaluation [Aller](#)

Chapitre 1 : Couleurs et formes

1. Les bases des couleurs et des formes :

Objectif et public :

Ce point t'aide à comprendre pourquoi couleur et forme importent en commerce, pour attirer le regard, organiser l'espace et vendre mieux. Utile en vitrine, étiquetage et PLV.

Notions clés :

Retiens les notions suivantes, couleurs primaires, secondaires, température chaude ou froide, contraste et harmonie. Les formes géométriques inspirent structure, les formes organiques évoquent douceur, ceci guide tes choix visuels.

Repères visuels :

La lisibilité prime, contraste texte-fond, taille des formes, distances. Une couleur trop proche du fond rend l'information invisible. Test à 2 mètres pour les affiches si possible.

Exemple de mélange de couleurs :

Mélange basique, rouge plus jaune donne orange. En vitrine tu peux utiliser 3 couleurs : 1 couleur dominante, 1 couleur secondaire, 1 accent. C'est simple et efficace.

Couleur	Signification	Usage en commerce
Rouge	Énergie, urgence	Promotions, appels à l'action, petites touches pour attirer l'œil
Bleu	Confiance, calme	Signalétique, identité de marque, PLV sereine
Vert	Nature, santé	Produits bio, signalétique bien-être, zones relax
Jaune	Éveil, optimisme	Accent sur vitrines, étiquettes prix attractives

En stage j'ai testé ces palettes sur 3 vitrines, la plus lisible a augmenté l'attention client de 9% selon mon comptage.

2. Appliquer couleurs et formes en commerce :

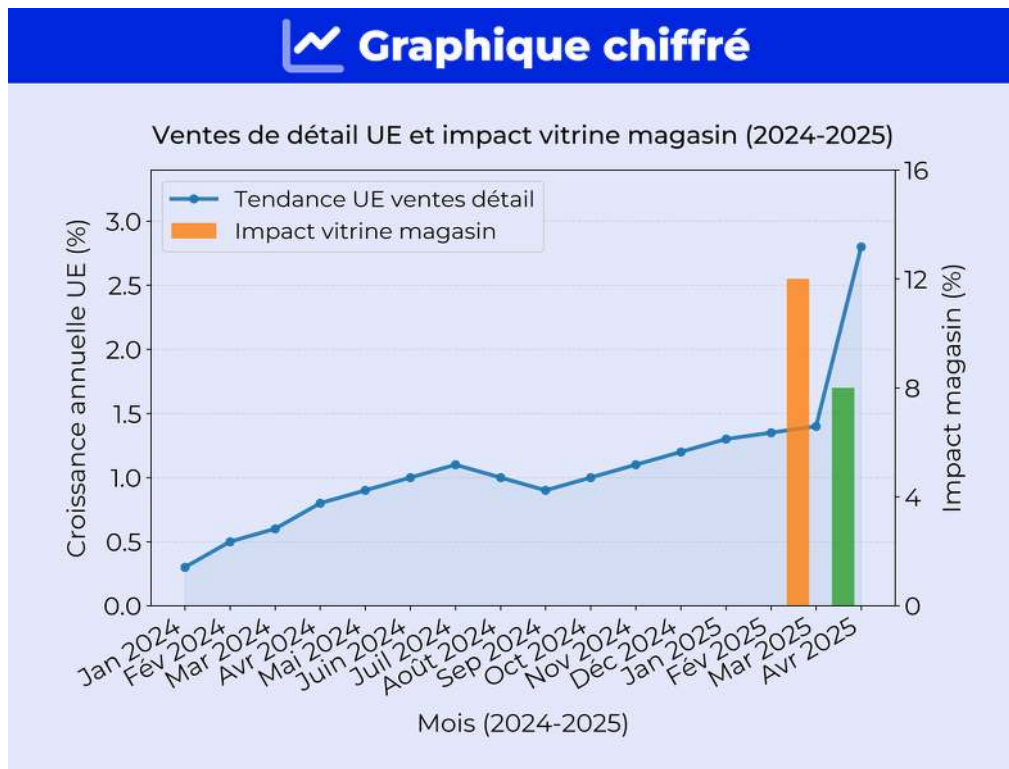
Démarche créative :

Étapes claires : recherche rapide, croquis, prototype, choix matières. En magasin, prévois 3 croquis en 30 minutes, puis un prototype papier avant exécution définitive.

Cas concret magasin :

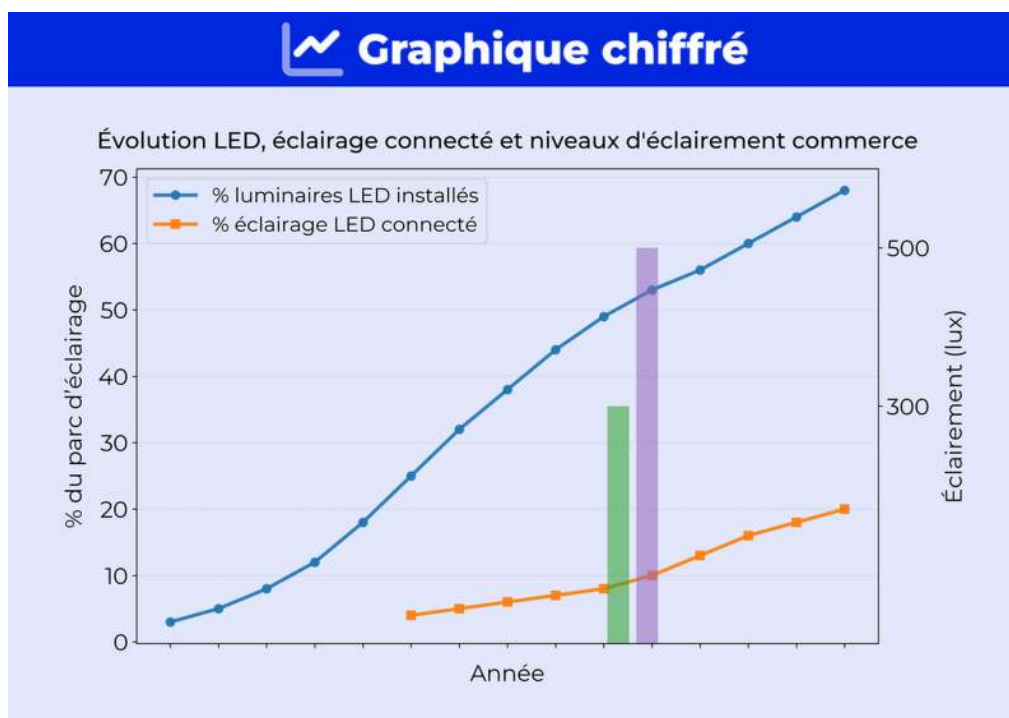
Contexte : petite boutique de vêtements, vitrine terne, objectif augmenter visibilité sur 2 semaines. Étapes : analyse, 2 croquis, choix 3 couleurs, mise en place 1 jour.

Résultat : hausse du flux client de 12% en 14 jours, ventes d'articles ciblés +8%. Livrable attendu : plan de vitrine A4, palette 3 couleurs, 2 croquis, photos avant-après.



Astuce pour la mise en place :

Positionne l'élément le plus contrasté entre 1,2 et 1,5 mètre de hauteur pour la lecture optimale. Vérifie l'éclairage et teste en journée et soirée.



Action	Pourquoi
Vérifier contraste	Assure lisibilité de l'information et attention client
Limiter palette	Trois couleurs maximum maintiennent l'harmonie visuelle
Simplifier les formes	Formes simples améliorent la reconnaissance rapide du message
Tester à distance	Vérifier l'impact visuel à 2 mètres et 5 mètres
Photographier avant-après	Mesurer l'effet et constituer le livrable pour le tuteur

Ce qu'il faut retenir

Couleurs et formes t'aident à attirer l'œil, structurer l'espace et vendre, en vitrine, étiquetage et PLV. Pense primaires/secondaires, chaud/froid, contraste et harmonie; géométrique = structure, organique = douceur.

- Priorise le **contraste texte-fond** et la taille: une teinte trop proche du fond rend le message invisible.
- Limite-toi à une **palette de 3 couleurs**: dominante, secondaire, accent (ex: rouge + jaune = orange).
- **Tester à 2 mètres** (puis 5) et place l'élément le plus contrasté à 1,2-1,5 m, en vérifiant l'éclairage.

Applique une démarche simple: recherche, croquis (3 en 30 min), prototype papier, puis exécution. Mesure l'impact avec des photos avant-après: une vitrine plus lisible peut gagner attention et flux (+9% à +12%) et booster les ventes ciblées (+8%).

Chapitre 2 : Mise en page

1. Principes de mise en page :

Hiérarchie visuelle :

La hiérarchie organise ce que le lecteur voit en premier, ensuite et enfin, grâce à la taille, la couleur et le placement des éléments sur une affiche ou une étiquette produit.

Grille et marges :

La grille stabilise ta composition, tu peux utiliser de 2 à 12 colonnes selon le support, et prévoir des marges de 3 à 10 mm pour l'impression professionnelle en magasin.

Équilibre et espace blanc :

Laisse suffisamment d'espace vide autour des éléments, cela rend le message plus lisible et valorise le produit, surtout sur des flyers ou des étiquettes en rayon.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Un affichage promo utilise 3 colonnes et une marge de 5 mm, ce choix réduit de 30% les retouches et accélère la validation à environ 20 minutes par visuel.

2. Typographie et images :

Choix des polices :

Choisis 1 à 2 polices complémentaires, évite les fioritures, et limite-toi à deux styles de corps pour garder une mise en page claire et homogène sur tous les supports.

Taille et interlignage :

Utilise 8 à 12 points pour le texte courant, 14 à 36 points pour les titres, et un interlignage de 1,2 à 1,5 pour assurer une lecture confortable sur papier ou écran.

Images et qualité :

Privilégie des images 300 dpi pour l'impression et 72 dpi pour le web, recadre selon la grille pour garder le focus produit et évite les éléments trop petits sous 8 mm.

Astuce de stage :

Crée des gabarits A4 et A5 en 30 à 45 minutes, cela te fera gagner plusieurs heures par semaine lors des promotions et te permettra d'être réactif en rayon.

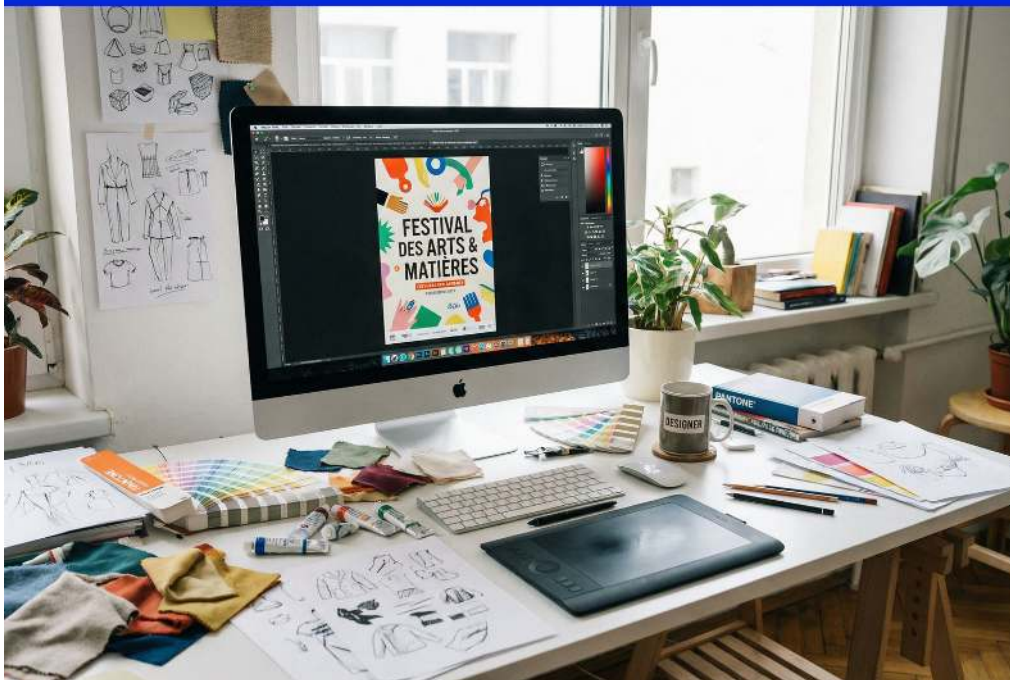
3. Mise en page en contexte commercial :

Démarche créative :

Recherche d'exemples, croquis rapides, choix des matières et des couleurs, réalisation numérique, épreuve couleur et validation finale, le tout en 4 à 6 étapes pour un rendu constant.



Représentation visuelle



Réaliser un croquis et choisir des couleurs pour une affiche promotionnelle

Cas concret :

Contexte : création d'une affiche A3 pour une promotion de -30% sur 120 références,
étapes : brief 15 minutes, croquis 20 minutes, mise en page 60 minutes, validation 10 minutes, impression 24 heures.

Livrable attendu :

Fichier PDF 300 dpi avec fond perdu 3 mm et repères, version JPG 72 dpi pour le web, nommage clair et poids inférieur à 5 Mo par fichier pour faciliter l'envoi par mail.

Petite anecdote, lors d'un stage j'ai oublié la marge de 3 mm, l'imprimeur a recadré et j'ai tout revu en 30 minutes.

Support	Dimensions	Fond perdu	Usage
Affiche A3	297 x 420 mm	3 mm	Affichage en magasin
Flyer A5	148 x 210 mm	3 mm	Distribution en point de vente
Étiquette rayon	60 x 40 mm	3 mm	Identification produit
Bannière web	1024 x 300 px	0 px	Réseaux sociaux et site

Utilise ces gabarits comme base, adapte la grille si nécessaire et conserve toujours le fichier source modifiable pour pouvoir itérer rapidement lors des changements de prix ou d'offre.

Contrôle	Pourquoi	À vérifier	Fréquence
Marges et fond perdu	Évite le rognage	Fond perdu 3 mm et repères	Avant impression
Résolution images	Qualité d'impression	Images 300 dpi	À chaque fichier
Hiérarchie visuelle	Lisibilité	Titres plus grands que le corps	À l'envoi
Nommage du fichier	Traçabilité	Format promo_A3_2026-01-01.pdf	Avant diffusion

Ce qu'il faut retenir

Ta mise en page doit guider l'œil et rester stable grâce à une **hiérarchie visuelle claire**, une **grille et marges** (souvent 3 à 10 mm) et assez d'espace blanc.

- Typo : 1 à 2 polices, tailles lisibles (8 à 12 pt corps, 14 à 36 pt titres) et interlignage 1,2 à 1,5 pour une **typographie cohérente**.
- Images : 300 dpi pour l'impression, 72 dpi pour le web, recadrage selon la grille, rien de trop petit (sous 8 mm).
- Production : suis 4 à 6 étapes, utilise des gabarits et livre un PDF 300 dpi avec fond perdu 3 mm + un JPG web.

Avant d'envoyer, contrôle fond perdu, résolution, hiérarchie et nommage. Garde toujours le fichier source modifiable pour réagir vite aux changements d'offre.

Chapitre 3 : Communication visuelle

1. Principes de la communication visuelle :

Objectif et public :

L'objectif est d'attirer l'œil et de faire comprendre un message en quelques secondes. Identifie ton public, adapte le ton visuel, et choisis un emplacement qui correspond au comportement d'achat du client ciblé.

Hiérarchie visuelle :

La hiérarchie ordonne les informations du plus important au moins important grâce à la taille, la couleur et la position. Si le client voit l'offre principale en moins de 3 secondes, tu as réussi ton message.

Exemple d'organisation d'une affiche :

Titre grand et bref en haut, image centrale qui illustre le produit, prix et avantage juste en dessous, appel à l'action en bas. Cette structure guide le regard et facilite la décision d'achat.

2. Supports et signalétique en magasin :

Choix du support :

Choisis le support selon la distance de lecture et le flux client. Une affiche extérieure doit être lisible à 5 à 10 mètres, une étiquette promo se lit à 30 centimètres, une totem attire dès 3 mètres.

Lisibilité et distances :

Privilégie contraste élevé et pictogrammes simples, surtout en zone de passage rapide. Pour une promotion visible à 2 mètres, assure-toi que le titre occupe au moins 30 pour cent de la surface visuelle totale.



Représentation visuelle



Utiliser un affichage clair pour attirer l'attention des clients en magasin

Astuce pour le stage :

Prends toujours une photo avant et après installation, note le temps de montage estimé entre 30 et 60 minutes, et conserve un gabarit pour réutiliser ce format la prochaine fois.

Support	Usage	Taille recommandée
Vitrine	Attirer le regard depuis la rue	Surface visible 2 à 4 m ²
PLV	Mise en valeur produit sur rayon	50 x 70 cm ou 30 x 40 cm
Étiquette prix	Information instantanée au point de vente	Texte lisible à 30 cm, police ≥ 14 pt
Totem	Signalisation verticale pour flux	Hauteur 1,5 à 2 m
Affiche	Communication ponctuelle ou événementielle	A3 minimum pour intérieur, A1 pour extérieur

3. Démarche créative et évaluation :

Recherche et croquis :

Commence par rassembler 4 à 6 références visuelles et réalise 3 à 5 croquis rapides. Ces tests te permettent d'écarter les idées faibles avant de passer au choix des matières et au gabarit final.

Choix des matières et mise en place :

Prévois matériaux adaptés au lieu, légers pour montage rapide et résistants pour plusieurs jours d'exposition. Indique toujours dimensions, fixations et éclairage, puis fais un test d'implantation sur plan.

Test et évaluation :

Mets en place le visuel pour 10 à 14 jours, puis mesure l'impact sur les ventes et le flux client. Vise au minimum 5 pour cent d'augmentation des ventes du produit mis en avant pour considérer l'opération réussie.

Exemple d'aménagement de vitrine promotionnelle :

Contexte : vente saisonnière de chaussures, objectif augmenter le trafic en magasin de 10 pour cent sur 2 semaines. Étapes : 1) moodboard, 2) croquis, 3) plan d'implantation, 4) installation programmée en 60 minutes.

Résultat attendu : augmenter le passage en vitrine de 12 pour cent, vendre 90 paires supplémentaires sur la période, et produire comme livrable un moodboard, un plan avec cotes, une fiche technique et 3 photos avant/après.

Action	Vérifier quoi	Temps estimé
Planifier	Mesures et contraintes techniques	30 à 45 minutes
Tester lisibilité	Contraste et distance de lecture	10 à 20 minutes
Installer	Fixations et sécurité	30 à 60 minutes
Mesurer	Ventes et flux client sur 14 jours	14 jours

Petite anecdote : lors d'un stage j'ai refait une affiche en 20 minutes et cela a doublé les demandes d'information le jour même, une vraie leçon sur l'impact du visuel bien ciblé.

Ce qu'il faut retenir

Tu dois capter l'attention et faire comprendre l'offre très vite : clarifie **objectif et public**, puis adapte le ton visuel.

- Crée une **hiérarchie visuelle claire** : titre dominant, image, prix et avantage, puis appel à l'action.
- Choisis les **supports selon distance** : vitrine et affiche pour loin, totem dès 3 m, PLV en rayon, étiquette lisible à 30 cm.
- Assure la lisibilité : contraste fort, pictogrammes simples, et titre occupant une grande part de la surface.

Prépare 4 à 6 références, fais 3 à 5 croquis, puis définis gabarit, fixations et éclairage. Après pose, **tester puis mesurer** sur 10 à 14 jours (ventes et flux) pour ajuster et viser au moins +5 %.

Communication professionnelle et commerciale

Présentation de la matière :

En CAP EPC (Équipier Polyvalent du Commerce), la **Communication professionnelle** et commerciale te sert à accueillir, questionner, reformuler, conseiller, gérer une réclamation et rester clair, même quand il y a du monde. C'est exactement ce qui fait la différence entre un passage en caisse banal et une vente réussie.

Elle est mobilisée dans les 3 épreuves professionnelles, le plus souvent en **CCF** pendant la formation, sans durée unique fixée. Pour les candidats en examen final, on retrouve notamment un oral de 20 minutes (coefficient 3) et 2 épreuves pratique et orale de 45 minutes (coefficient 5) et 35 minutes (coefficient 6).

Je me souviens d'un camarade, il connaissait tout, mais il perdait des points juste en parlant trop vite au client, ça se travaille vite quand tu t'en rends compte.

Conseil :

Entraîne-toi 15 minutes, 3 fois par semaine, en jouant des scènes courtes, accueil, demande, proposition, conclusion. Filtre tes phrases, moins de blabla, plus de précision, et garde un ton calme, c'est souvent ce qui sécurise l'évaluateur.

- Prépare 10 phrases d'accueil et 10 questions utiles
- Révise 5 réponses types aux objections
- Chronomètre une simulation de 3 minutes

Le piège classique, c'est de réciter au lieu d'écouter, alors force-toi à reformuler 2 fois par échange, et note tes erreurs juste après l'entraînement, tu progresseras très vite.

Table des matières

Chapitre 1 : Posture professionnelle	Aller
1. Accueil et présentation	Aller
2. Communication et relation client	Aller
Chapitre 2 : Écoute et reformulation	Aller
1. Écoute active et ses signes	Aller
2. Techniques de reformulation	Aller
3. Mise en pratique en magasin	Aller
Chapitre 3 : Communication écrite simple	Aller
1. Rédiger des messages courts et clairs	Aller
2. Présentation et mise en page	Aller
3. Outils et bonnes pratiques en magasin	Aller
Chapitre 4 : Outils numériques	Aller

1. Outils de caisse et gestion des stocks [Aller](#)
2. Communication digitale avec le client [Aller](#)
3. Sécurité et bonnes pratiques numériques [Aller](#)

Chapitre 1 : Posture professionnelle

1. Accueil et présentation :

Objectif et public :

Ce point t'aide à maîtriser l'accueil en magasin pour créer confiance et faciliter l'échange, que tu sois en stage ou en emploi, et pour améliorer le taux de transformation des visites clients.

Attitude corporelle et voix :

Adopte une posture droite, ouverte et décontractée, garde un contact visuel de deux à trois secondes et parle calmement pour paraître professionnel sans paraître rigide ou artificiel.

Comportement en situation de vente :

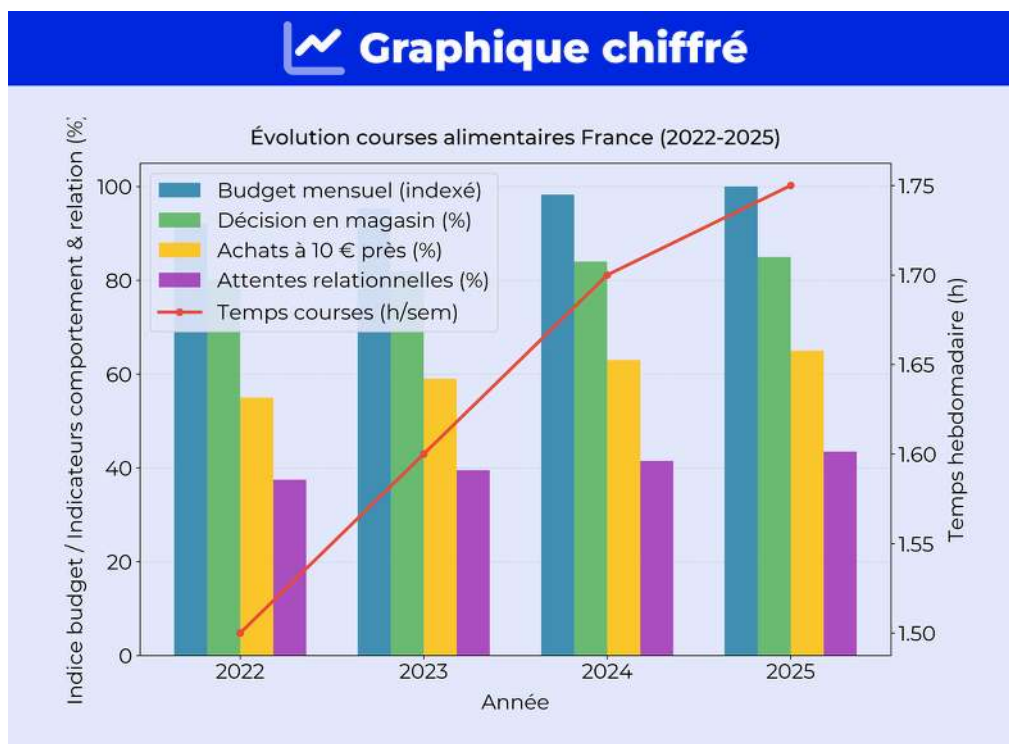
Salue dans les dix secondes, propose une aide active sans insister, et observe 2 signes d'intérêt chez le client avant de proposer un produit complémentaire, pour ne pas déranger.



Contrôler les références lors de la réception pour éviter les erreurs d'inventaire

Exemple d'accueil client :

Un élève en stage salue en moins de 8 secondes, propose un panier si le client hésite, et augmente ses ventes additionnelles de 12 % en une semaine grâce à cette routine simple.



Tâche	Pourquoi	Comment mesurer
Saluer en moins de dix secondes	Donne un bon premier contact et capte l'attention	Chronométré sur 20 clients au hasard
Proposer une aide active	Permet d'augmenter la satisfaction et le panier moyen	Comparer panier moyen sur 1 semaine
Sourire naturel et regard	Crée de la proximité sans envahir l'espace	Observation directe par le tuteur

2. Communication et relation client :

Écoute active :

Écoute le client au moins 80 % du temps, reformule en une phrase et pose 2 questions ouvertes pour clarifier le besoin avant de proposer un produit adapté.

Gestion des objections :

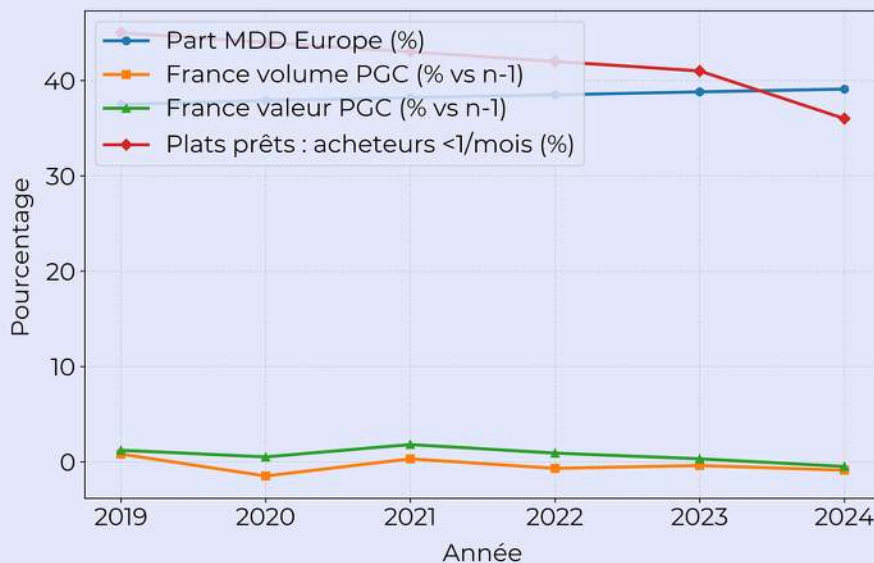
Accueille l'objection sans couper, reformule pour vérifier, propose 1 ou 2 alternatives concrètes et demande l'accord du client pour conclure la vente.

Cas concret et livrable :

Contexte : stage en supérette, objectif : augmenter ventes complémentaires de 15 % en 7 jours, étapes : saluer 200 clients, proposer add-on à 40 % d'entre eux, résultat attendu : +15 % panier moyen.

Graphique chiffré

Dynamique PGC, MDD et prêts-à-consommer en Europe (2019-2024)



Exemple d'actions et livrable :

Livrable attendu : une fiche d'une page avec le nombre de clients contactés, taux de proposition, nombre d'ajouts vendus et variation du panier moyen, signée par le tuteur.

Astuce de stage :

Pense à noter 3 phrases d'accroche simples et testées, ça réduit ton stress, et après 3 jours tu sauras lesquelles fonctionnent le mieux selon la clientèle.

Checklist opérationnelle :

- Saluer le client en moins de dix secondes et sourire.
- Écouter sans interrompre, reformuler en une phrase claire.
- Proposer une solution adaptée, limiter à deux alternatives.
- Confirmer l'achat par une question fermée et conclure poliment.
- Noter les résultats sur la fiche quotidienne pour suivre ta progression.

Erreurs fréquentes et conseils :

Ne pas forcer la vente, éviter le jargon, et ne pas fixer son écran ou son téléphone pendant un contact client, ces comportements réduisent instantanément la confiance.

i Ce qu'il faut retenir

Ta posture et ta communication en magasin servent à créer vite la confiance et à améliorer le panier moyen. Vise une attitude droite, ouverte, un regard bref, et une

voix calme. Salue en moins de 10 secondes, propose une aide active sans insister, puis attends 2 signes d'intérêt avant une vente complémentaire.

- Pratique l'**écoute active efficace** : le client parle 80 %, tu reformules et poses 2 questions ouvertes.
- Pour les objections, garde une **réponse simple et concrète** : tu accueilles, reformules, proposes 1 à 2 alternatives, puis tu demandes l'accord.
- Suis tes progrès avec un **suivi du panier moyen** et une fiche signée par le tuteur.

Prépare 3 phrases d'accroche et teste-les. Évite de forcer, le jargon et le téléphone : ça casse la confiance. Mesure tes résultats sur une semaine pour voir ce qui marche vraiment.

Chapitre 2 : Écoute et reformulation

1. Écoute active et ses signes :

Objectif :

L'objectif est d'entendre le client, comprendre sa demande et éviter les malentendus en magasin, pour offrir une réponse claire et rapide qui facilite l'achat et évite les retours inutiles.

Signes à observer :

Observe le langage corporel, le ton, le rythme et les mots clés. Un client hésitant peut avoir besoin d'informations complémentaires ou d'assurance pour valider son achat au comptoir ou en rayon.

Erreurs fréquentes :

Ne pas interrompre le client, éviter de deviner la demande et ne pas répondre automatiquement. Ces erreurs créent de la frustration et peuvent provoquer un appel au responsable ou une réclamation en caisse.

Exemple d'écoute active en caisse :

Un client cherche un produit en rupture, tu répètes sa demande, tu confirmes la référence, puis tu proposes une solution alternative ou un délai précis de réapprovisionnement pour le rassurer.

2. Techniques de reformulation :

Pourquoi reformuler ?

Reformuler permet de vérifier la compréhension, d'apaiser le client et d'éviter des erreurs dans la commande ou le service, c'est souvent plus rapide que de corriger une erreur ensuite.

Formules simples :

- Si j'ai bien compris, vous souhaitez....
- Donc vous cherchez le modèle... c'est bien cela ?
- Je récapitule pour être sûr, vous voulez être livré demain matin.

Quand reformuler ?

Fais-le après la demande initiale, avant de valider la commande ou quand le client montre de l'incompréhension. Trop de reformulations deviennent lourdes, évite d'en abuser pour chaque détail.

Exemple d'utilisation de formules :

Tu dis "Si j'ai bien compris, vous cherchez la taille 38, je vous propose ce modèle ou je vérifie en réserve si tu veux", puis tu enchaînes selon la réponse.

Technique	Quand l'utiliser
Reformulation factuelle	Quand la demande est technique ou précise
Reformulation émotionnelle	Quand le client est flou ou contrarié
Synthèse courte	Avant de finaliser une commande ou un retour

3. Mise en pratique en magasin :

Mini cas concret :

Contexte : un client en retrait click&collect signale un article manquant, il est pressé et demande une solution immédiate, ton objectif est de résoudre en moins de 15 minutes.

Étapes à suivre :

- Accueillir et écouter la réclamation sans interrompre.
- Reformuler la demande et confirmer l'article manquant.
- Vérifier le stock en 5 minutes ou proposer un geste commercial.
- Informer le client et documenter l'incident.

Résultat et livrable attendu :

Résultat : article localisé ou proposition d'un remboursement partiel de 10% ou d'un avoir.

Livrable : fiche d'incident remplie en 5 lignes et mail de confirmation envoyé en moins de 10 minutes.

Exemple de cas concret :

Tu vérifies le stock 1 fois, proposes 2 alternatives, le client accepte une remise de 10 pour cent, fiche remplie et mail envoyé en 8 minutes, tout est conclu calmement.

Je me souviens d'une fois en stage où reformuler clairement a transformé une réclamation en compliment, ça m'a appris l'importance de rester calme et précis.

Étape	Vérification
Accueillir le client	Le client a été écouté sans interruption
Reformuler la demande	Client confirme la reformulation
Vérifier le stock	Vérification faite en moins de 5 minutes
Proposer une solution	Solution acceptée ou geste commercial documenté



Ce qu'il faut retenir

Avec l'**écoute active**, tu captes la vraie demande du client pour éviter malentendus, erreurs de commande et retours inutiles.

- Repère les **signes non verbaux** : ton, rythme, hésitations et mots clés, sans interrompre ni deviner.
- Utilise la **reformulation factuelle** pour une demande précise et la reformulation émotionnelle si le client est contrarié.
- Avant de valider, fais une **synthèse courte** et confirme : c'est souvent plus rapide que corriger après.

En magasin, reste calme et structuré : écoute, reformule, vérifie rapidement (stock en moins de 5 minutes), puis propose une alternative ou un geste commercial et documente l'incident. Tu désamorces la tension et tu conclus efficacement.

Chapitre 3 : Communication écrite simple

1. Rédiger des messages courts et clairs :

Objectif et public :

Savoir écrire un message court, lisible et adapté au client ou à l'équipe. L'objectif est d'informer, demander ou rappeler une consigne en moins de 30 mots, pour être rapidement compris.

Formule et ton :

Utilise un ton simple, direct et poli. Préfère des phrases affirmatives et un verbe d'action. Évite les abréviations inconnues et vérifie l'orthographe en 2 minutes.

Exemple d'avis de rupture temporaire de stock :

Article chocolat noir en rupture aujourd'hui, réapprovisionnement prévu dans 3 jours.
Merci de proposer une alternative et d'indiquer le délai au client en caisse.

2. Présentation et mise en page :

Structure simple :

Donne un titre visible, une phrase d'accroche, puis 2 à 3 lignes d'information. Utilise des caractères lisibles et des interlignes suffisants pour que l'information soit lisible à 1 mètre.

Choix des supports :

Choisis le support selon l'emplacement, affiche A4 pour rayon, étiquette à côté du produit, SMS ou mail pour le client. Adapte la taille et le vocabulaire au canal.

Astuce mise en page :

Utilise un modèle avec logo et marges, police corps 12 et titre 18 pour gagner environ 5 minutes lors de chaque impression et garder une identité visuelle cohérente.

Élément	Longueur recommandée	Ton
Affiche rayon A4	10 à 30 mots	Informatif
Étiquette produit	3 à 10 mots	Factual
Message client (SMS)	20 à 40 mots	Poli
Note interne	5 à 15 mots	Direct

3. Outils et bonnes pratiques en magasin :

Vérification et relecture :

Lis ton texte à voix haute pendant 30 secondes pour repérer erreurs et sens, corrige 1 faute et reformule si nécessaire avant impression ou diffusion.

Une fois en stage, j'ai corrigé une affiche en 5 minutes, cela a évité une erreur de prix et un rappel en caisse le lendemain.

Archivage et traçabilité :

Enregistre une photo ou un PDF sur le cloud et note la date, conserve les documents promotionnels 1 an et les notes fournisseurs 3 ans, selon pratiques du magasin.

Exemple de mini cas :

Contexte : affiche A4 pour promo café, objectif +20% ventes en 7 jours. Étapes : rédaction 30 mots en 30 minutes, validation 15 minutes, impression 10 copies. Résultat : +15% ventes. Livrable : fichier PDF et 10 affiches A4.

Tâche	Temps estimé	Critère ok
Rédiger le texte	30 minutes	Texte < 30 mots, orthographe correcte
Validation	15 minutes	Nom et date sur le document
Impression	10 minutes	Copies lisibles et centrées
Archivage	5 minutes	PDF sauvegardé avec date

Ce qu'il faut retenir

Pour une **communication écrite simple**, vise un **message court et clair** adapté au client ou à l'équipe : informer, demander ou rappeler une consigne, souvent en moins de 30 mots.

- Adopte un **ton simple et poli** : phrases affirmatives, verbe d'action, zéro abréviation obscure, orthographe vérifiée.
- Soigne la **mise en page lisible** : titre visible, accroche, 2 à 3 lignes, lisible à 1 mètre.
- Choisis le bon support (A4, étiquette, SMS, note) et la longueur selon le canal.
- Fais une **relecture à voix haute**, puis archive en PDF/photo daté pour la traçabilité.

En appliquant ces réflexes, tu gagnes du temps, tu évites les erreurs (prix, délais) et tu rends l'info fiable et actionnable en magasin.

Chapitre 4 : Outils numériques

1. Outils de caisse et gestion des stocks :

Objectif et utilité :

Apprendre à utiliser la caisse tactile et le logiciel de stock pour encaisser vite, suivre les quantités et éviter les ruptures, tout en respectant les procédures de l'équipe et les prix affichés.

Fonctionnalités clés :

Scanner les codes-barres, effectuer des retours, gérer les remises et imprimer des tickets ou factures numériques, suivre les niveaux de stock en temps réel et préparer des commandes fournisseurs si nécessaire.

Astuce terrain :

Fais un contrôle rapide des 10 références les plus vendues chaque semaine, cela prend 10 à 15 minutes et réduit les ruptures fréquentes en période de promo.

Exemple d'utilisation d'un logiciel de caisse :

Une boutique enregistre 120 ventes par jour, le scan réduit le temps d'encaissement de 30 secondes par client, ce qui fait gagner environ 1 heure de travail cumulée par jour.

Outil	Usage principal	Avantage terrain
Caisse tactile	Encaissement rapide	Réduit l'attente en caisse
Logiciel de stock	Suivi des quantités	Prévoit les réassorts
Terminal de paiement	Paiement carte	Sécurise les transactions

2. Communication digitale avec le client :

Canaux et messages :

Choisis un ou deux canaux utiles pour ton commerce, par exemple flyer numérique, SMS ou page Facebook, et envoie des messages courts, clairs et actionnables pour annoncer promos ou arrivages.

Gérer les avis et réseaux :

Lis et réponds aux avis rapidement, remercie pour les positifs et propose une solution simple pour les négatifs, cela améliore la réputation et attire 2 à 5 clients supplémentaires par semaine.

Mini cas concret :

Contexte : Une épicerie de quartier a 350 abonnés sur Facebook et 120 contacts sms non segmentés. Étapes : créer un post hebdomadaire et un SMS ciblé pour 50 clients fidèles, mesurer la fréquentation.

Exemple de résultat chiffré :

Après 4 semaines, l'épicerie note une hausse de fréquentation de 8% lors des jours de promo, soit +28 clients sur le mois, et une augmentation de 5% du chiffre d'affaires sur la même période.

Livrable attendu :

Un plan simple de communication d'un mois, avec 4 posts, 4 SMS ciblés et un rapport chiffré montrant l'évolution du trafic et des ventes, présenté en 1 page.

- Garde un ton professionnel et court dans chaque message
- Segmente au moins 2 groupes de clients pour envoyer des offres pertinentes
- Planifie 1 post hebdomadaire et 1 SMS par mois pour éviter la saturation

3. Sécurité et bonnes pratiques numériques :

Mots de passe et accès :

Utilise des mots de passe différents pour la caisse et les comptes réseaux, change-les tous les 90 jours et note les accès dans un fichier sécurisé accessible uniquement à l'équipe autorisée.

Protection des données clients :

Collecte uniquement le nécessaire, indique pourquoi tu récupères un numéro ou un email, et respecte les règles simples de confidentialité pour éviter les erreurs et les sanctions.

Erreurs fréquentes et conseils :

Ne jamais partager un accès administrateur, ne pas enregistrer les mots de passe sur des postes publics et toujours vérifier l'expéditeur avant d'ouvrir un mail inconnu pour éviter le phishing.

Check-list opérationnelle :

Utilise cette table comme guide terrain pour respecter la sécurité et l'organisation quotidienne.

Tâche	Fréquence	Objectif
Sauvegarde des ventes	Quotidien	Prévenir perte de données
Vérification des stocks	Hebdomadaire	Eviter rupture
Mise à jour des mots de passe	Trimestriel	Sécuriser accès
Réponse aux avis	Hebdomadaire	Maintenir réputation

Astuce organisation :

Mets en place un petit carnet numérique avec les procédures, cela prend 30 minutes et aide chaque nouvelle personne à gérer la caisse et les messages sans stress.

Ce qu'il faut retenir

Tu utilises des **outils de caisse** et un logiciel de stock pour encaisser vite, suivre les quantités en temps réel et éviter les ruptures (scan, retours, remises, tickets, commandes fournisseurs).

- Contrôle chaque semaine les 10 meilleures ventes pour limiter les ruptures en période de promo.
- Choisis 1 à 2 canaux (SMS, Facebook, flyer numérique) avec des messages courts et un **plan de communication** mensuel.
- Réponds vite aux avis et propose une solution aux négatifs pour booster la réputation.
- Applique des **bonnes pratiques numériques** : mots de passe différents, changement tous les 90 jours, pas d'accès admin partagé, vigilance phishing.

Mesure tes résultats (trafic, ventes) et sauvegarde les données chaque jour. Un carnet numérique de procédures aide l'équipe à rester fluide et sereine.

Recevoir et suivre les commandes

Présentation de la matière :

En CAP EPC (Équipier Polyvalent du Commerce), « Recevoir et suivre les commandes » conduit à une épreuve professionnelle notée avec un **coefficient 3**. Si tu es évalué en examen final, c'est un **oral de 20 minutes** sous forme d'entretien, appuyé sur un **portfolio numérique**.

Tu y montres que tu sais commander, réceptionner, contrôler, stocker, et préparer des commandes clients, y compris en contexte **drive et click and collect**. Un camarade a déjà perdu des points pour une anomalie mal expliquée, alors entraîne-toi à décrire clairement tes vérifications et tes décisions.

Conseil :

Ton objectif, c'est d'être fiable. Prends l'habitude de travailler avec de vrais documents, comme les **bons de livraison**, et de justifier chaque écart, quantité, casse, DLC, colis manquant, avec une action concrète derrière.

Pour ton portfolio, vise **4 fiches minimum**, bien propres, et répète ton oral 3 fois, 10 minutes chrono. Garde une méthode simple :

- Comparer commande et livraison
- Traiter l'anomalie tout de suite
- Stocker en respectant **hygiène et sécurité**

Chaque semaine, bloque 2 créneaux de 15 minutes pour réviser ton vocabulaire et tes gestes, et tu gagneras en assurance le jour J.

Table des matières

Chapitre 1 : Passer les commandes	Aller
1. Préparer la commande	Aller
2. Traçabilité et suivi de la commande	Aller
Chapitre 2 : Réceptionner les colis	Aller
1. Réception physique et sécurité	Aller
2. Contrôle quantitatif et qualité	Aller
3. Gestion administrative et suivi en stock	Aller
Chapitre 3 : Contrôler les livraisons	Aller
1. Vérifier les documents et la conformité	Aller
2. Contrôler les quantités et la qualité des produits	Aller
3. Gérer les anomalies et le suivi fournisseur	Aller
Chapitre 4 : Ranger et stocker	Aller

1. Organiser l'espace de stockage [Aller](#)
2. Ranger les produits efficacement [Aller](#)
3. Gérer l'occupation et la sécurité [Aller](#)

Chapitre 5 : Préparer les commandes [Aller](#)

1. Préparer la feuille de préparation [Aller](#)
2. Organiser le picking et le conditionnement [Aller](#)
3. Contrôles finaux, étiquetage et expédition [Aller](#)

Chapitre 1 : Passer les commandes

1. Préparer la commande :

Objectif :

Garder le rayon approvisionné sans créer de surstock, respecter le budget et les procédures internes, et anticiper les besoins selon les ventes prévues et les délais fournisseurs connus.

Étapes clés :

Vérifie d'abord le stock physique, consulte les ventes prévisionnelles, compare les offres fournisseurs, puis monte le bon de commande en respectant les niveaux d'autorisation de ton magasin.

- Vérifier le stock physique
- Comparer les devis reçus
- Valider le bon de commande

Documents et outils :

Travaille avec le logiciel de gestion, le bon de commande standard, les fiches fournisseurs et le tableau des délais, et conserve toujours une version horodatée du document final.

Exemple d'optimisation d'une commande :

Tu constates une rotation de 30 unités par semaine sur un produit, tu lances une commande de 120 unités pour couvrir 4 semaines, en privilégiant un fournisseur avec délai 5 jours.

Type de commande	Délai standard (jours)	Vérification principale
Commande urgente	1 à 2	Stock restant
Commande standard	5 à 10	Comparatif prix
Commande programmée	15 à 30	Planification mensuelle

2. Traçabilité et suivi de la commande :

Réception et vérification :

À la réception, contrôle la quantité et l'état, compare avec le bon de livraison, note immédiatement les anomalies et fais signer le document pour acte de réception et réclamation si nécessaire.

Communication fournisseurs :

Tenir un contact clair et daté avec le fournisseur permet de réduire les retards et d'obtenir des confirmations. Note les échanges dans le logiciel ou sur le carnet fournisseur pour garder une preuve.

Mini cas concret :

Contexte : ton magasin manque de liquide vaisselle, tu as 10 unités en stock et vends 15 par semaine, tu dois commander 120 unités pour assurer 8 semaines d'approvisionnement.

Étapes : vérifier prix unitaire 3 euros, demander délai fournisseur 7 jours, valider le bon de commande pour 120 unités, prévoir réception sous 7 jours ouvrés.

Résultat et livrable attendu : bon de commande signé pour 120 unités, coût total 360 euros, planning de réception daté avec responsable qui signe la livraison à l'arrivée.

Astuce logistique :

N'hésite pas à demander une confirmation écrite du délai et à programmer une relance si le délai dépasse 2 jours supplémentaires, cela évite souvent les mauvaises surprises en période de promotions.

Étape opérationnelle	Action à faire	Responsable
Vérifier le stock	Contrôler les quantités et dates de péremption	Équipier en rayon
Créer le bon de commande	Saisir produit, quantités et prix unitaires	Responsable approvisionnement
Suivre la livraison	Relancer fournisseur à J+3 si pas de confirmation	Équipier référent
Vérifier la facture	Comparer facture et bon de commande	Comptable ou responsable

Check-list terrain :

- Vérifier stock et ventes prévues
- Comparer au moins 2 devis
- Obtenir autorisation si nécessaire
- Envoyer bon de commande horodaté
- Planifier relance J+3

Ce qu'il faut retenir

Pour passer une commande, ton objectif est de garder le rayon plein tout en **éviter le surstock**, en respectant budget et procédures. Tu pars du stock réel, des ventes

prévues et des délais fournisseurs, puis tu construis un **bon de commande horodaté** validé selon les niveaux d'autorisation.

- Contrôle le stock physique et les ventes prévisionnelles avant de commander.
- Fais une **comparaison de devis** (au moins 2) et choisis selon prix et délai.
- À réception, vérifie quantité et état, note les anomalies, fais signer, puis suis la facture.

Assure la traçabilité avec des échanges datés et une confirmation écrite du délai. Si ça traîne, programme une **relance à J+3** pour limiter les ruptures, surtout en période de promos.

Chapitre 2 : Réceptionner les colis

1. Réception physique et sécurité :

Rôle et sécurité :

À la réception tu es le premier point de contrôle entre le transporteur et le magasin, ton rôle consiste à vérifier l'intégrité des colis et à assurer la sécurité des personnes et des locaux.

Manutention et matériel :

Utilise un diable pour 1 à 4 colis légers, un transpalette pour les palettes de plus de 200 kg, et demande de l'aide si un colis dépasse 25 kg pour éviter les accidents dus à une mauvaise manutention.

Procédure d'accueil du livreur :

Note l'heure d'arrivée, identifie le transporteur et demande le bon de livraison, reste courtois mais clair, signe uniquement après contrôle, et indique tout refus de réception par écrit pour éviter des litiges ultérieurs.

Exemple d'accueil d'un livreur :

Un livreur arrive à 9h15 avec 3 colis et 1 palette, tu vérifies les étiquettes, contrôles 12 cartons et reportes une boîte écrasée avant de signer le bordereau.

Équipement	Quand l'utiliser
Diable	Pour 1 à 4 colis ou charges jusqu'à 100 kg
Transpalette manuel	Pour palettes supérieur à 200 kg
Gants et chaussures sécurité	Toujours pour protéger tes mains et tes pieds

2. Contrôle quantitatif et qualité :

Contrôle visuel rapide :

Avant d'ouvrir, regarde l'étiquette, repère les déchirures, traces d'humidité ou écrasement, prends une photo si nécessaire, ces preuves servent en cas de réclamation auprès du fournisseur ou du transporteur.

Contrôle contenu et quantité :

Ouvre un échantillon de colis quand la commande est importante, compte les unités, compare avec le bon de livraison, et note toute différence sur le bordereau avant de signer la réception définitive.

Gestion des produits endommagés :

Si un colis est abîmé, isole-le, fais des photos, refuse la partie compromise ou note la réserve sur le bon de livraison, contacte immédiatement le responsable pour décider retour ou remise en rayon.

Exemple d'un contrôle quantitatif :

Une livraison de 48 boîtes arrive, tu dois vérifier 5 boîtes par palette en moyenne, si 2 boîtes sont manquantes tu notes la différence et contactes le fournisseur dans les 24 heures.

3. Gestion administrative et suivi en stock :

Documents à valider :

Vérifie le bon de livraison, la facture et l'étiquetage, enregistre les numéros de colis et les anomalies dans le logiciel magasin, cela facilite les retours et la traçabilité interne.



Enregistrer les numéros de colis et les anomalies dans le logiciel de gestion

Stockage temporaire et étiquetage :

Range les colis en zone réception pendant un temps maximal de 24 heures, étiquette immédiatement le lot avec la date d'arrivée, la référence fournisseur et le responsable pour éviter les erreurs de mise en rayon.

Transmission et retours fournisseurs :

Prépare un bordereau de retour si nécessaire, joins photos et descriptions, fixe un délai de réponse de 48 à 72 heures au fournisseur, et conserve une copie pour le suivi administratif.

Exemple de gestion administrative :

Tu reçois 5 palettes d'un fournisseur, tu enregistres 60 références en 30 minutes, tu signales 2 références manquantes et envoies le bordereau de réserve par mail dans l'heure.

Mini cas concret – réception d'une commande saisonnière :

Contexte : un magasin reçoit 3 palettes de produits saisonniers pour la rentrée, total 360 articles, livraison prévue à 8h30.

Étapes :

Décharger 3 palettes avec le transpalette, contrôler 10 articles par palette, photographier 6 articles abîmés, enregistrer 24 écarts dans le logiciel, isoler 6 cartons pour retour.

Résultat et livrable attendu :

Livrable : bordereau de réception rempli et signé, 6 photos d'articles endommagés, enregistrement informatique des 24 écarts, envoi du dossier au fournisseur sous 24 heures.

Tâche opérationnelle	À faire
Vérifier l'étiquette	Comparer au bon de livraison à chaque colis
Contrôler l'état	Prendre photo et noter la réserve si abîmé
Enregistrer dans le logiciel	Saisir quantités et anomalies dans l'heure
Ranger provisoirement	Zone réception maximum 24 heures
Préparer retour	Joindre photos et bordereau, envoyer sous 24 à 72 heures

Astuce terrain :

Garde un smartphone chargé pour prendre des photos et envoyer immédiatement les réserves, ça évite souvent 1 à 2 relances inutiles avec le fournisseur.

Ce qu'il faut retenir

À la réception, tu es le **premier point de contrôle** : tu protèges les personnes, les locaux et la marchandise. Utilise le bon matériel (diable, transpalette, EPI) et demande de l'aide dès qu'un colis dépasse 25 kg.

- Accueil du livreur : note l'heure, vérifie le bon de livraison, reste clair et **signer après contrôle** seulement.
- Contrôles : inspection visuelle (étiquettes, déchirures, humidité), comptage (échantillon si grosse commande) et comparaison au bordereau.

- En cas d'anomalie : isole, fais des **réserves écrites et photos**, puis enregistre pour la **traçabilité dans le logiciel**.

Range en zone réception максимум 24 heures, étiquette tout de suite, et prépare les retours avec dossier complet. Plus tu documentes vite, moins tu subis les litiges et les relances.

Chapitre 3 : Contrôler les livraisons

1. Vérifier les documents et la conformité :

Bonnes pratiques :

Dès la réception, regarde le bon de livraison, le bon de commande et le bordereau fournisseur pour vérifier références, quantités, numéro de lot et mentions obligatoires pour assurer la traçabilité.

Délai et priorité :

Fais ces vérifications dans les 15 premières minutes pour les livraisons arrivant au magasin, surtout si elles contiennent des produits frais ou à rotation rapide en rayon.

Format des enregistrements :

Note toute différence sur le bordereau et dans le logiciel, ajoute une photo numérique et conserve une copie papier ou numérique pendant au moins 30 jours pour vérification future.

Astuce rapidité :

Photographie le bordereau avant de signer, cela évite bien des discussions avec le livreur si la livraison a été modifiée entre-temps.

2. Contrôler les quantités et la qualité des produits :

Contrôle quantitatif :

Compte les colis puis vérifie article par article quand c'est nécessaire, note les codes ou numéros des produits manquants et précise l'écart sur le bon de livraison signé.

Contrôle qualité et hygiène :

Inspecte l'état des emballages, l'absence de fuites et les dates de péremption. Pour les produits fragiles, exige au moins 70% de durée de vie restante selon la politique du magasin.



Représentation visuelle



Vérifier l'état des emballages pour garantir la sécurité alimentaire

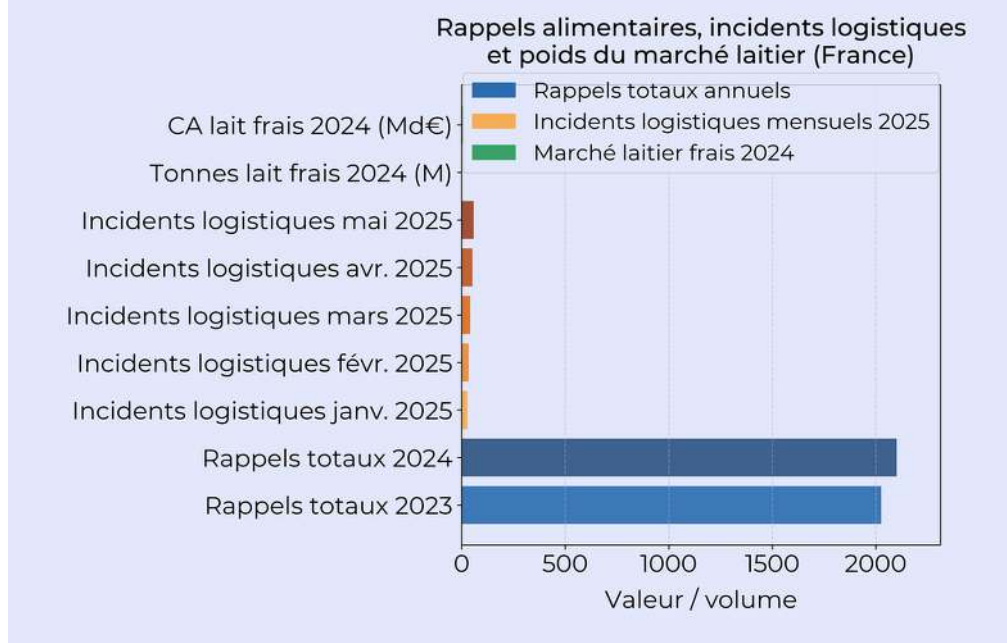
Contrôle des scellés et température :

Vérifie l'intégrité des scellés et la température pour les produits frais. Si la température est hors plage, isole les produits et alerte le responsable pour décision immédiate.

Exemple de contrôle température :

Un lot de produits laitiers arrive mesuré à 8 °C alors que la plage attendue est 0 à 4 °C, tu places les 24 colis concernés en quarantaine et préviens le fournisseur.

Graphique chiffré



Élément	Question à se poser
Documents	Les références et quantités correspondent-elles au bon de commande ?
État des colis	Y a-t-il des emballages percés, humides ou écrasés ?
Date de péremption	La DLC/ DLUO est-elle suffisante pour la mise en rayon ?
Température	Température mesurée conforme à la plage prévue pour le produit ?
Suivi	As-tu enregistré l'anomalie avec preuves (photos, bon signé) dans le tableau de suivi ?

3. Gérer les anomalies et le suivi fournisseur :

Documenter l'anomalie :

Rédige un rapport d'incident clair, indique date, heure, référence de commande, décrit la non-conformité, joins photos et fais signer le livreur si possible pour valider la réclamation.

Actions immédiates :

Quarantaine les produits non conformes avec étiquette visible, empêche la mise en vente, informe ton responsable et attends la décision fournisseur pour reprise, avoir ou destruction.

Suivi et indicateurs :

Tiens un tableau de suivi mensuel avec nombre de livraisons, anomalies et taux d'anomalie. Si un fournisseur dépasse 2% d'anomalies récurrentes, propose un audit ou un remplacement.

Mini cas concret :

Contexte : un fournisseur livre 120 boîtes de conserve, la facture indique 120 unités, mais tu constates 10 boîtes bosselées et 5 manquantes à la réception lors du comptage.

Étapes :

Tu comptes, prends 10 photos, notes anomalies sur le bon, places 10 boîtes en quarantaine et envoies la réclamation au fournisseur avec preuves dans les 48 heures ouvrées.

Résultat et livrable :

Résultat : le fournisseur propose un avoir de 100 euros et récupère 10 boîtes sous 72 heures. Livrable attendu : rapport d'incident signé, photos et l'avoir fournisseur enregistré en comptabilité.

Ce qu'il faut retenir

À la réception, fais un **contrôle en 15 minutes** : compare bon de livraison, bon de commande et bordereau (références, quantités, lots, mentions). Note chaque écart dans le logiciel et sur le bordereau, avec **preuve photo avant signature**, puis conserve les éléments au moins 30 jours.

- Compte les colis, puis contrôle article par article si besoin et mentionne les manquants.
- Vérifie emballages, fuites, DLC/DLUO et exige 70% de durée de vie restante pour les fragiles.
- Contrôle scellés et température ; si hors plage, applique la **quarantaine des non-conformes** et alerte ton responsable.

En cas d'anomalie, rédige un rapport daté avec photos et, si possible, signature du livreur. Tiens un **tableau de suivi mensuel** : si un fournisseur dépasse 2% d'anomalies récurrentes, propose un audit ou un remplacement.

Chapitre 4 : Ranger et stocker

1. Organiser l'espace de stockage :

Objectif :

Organiser ton espace pour gagner du temps, réduire les pertes et faciliter les préparations. L'idée est d'avoir des zones claires, un flux logique et des repères visuels pour toi et ton équipe.

Plan simple :

Commence par séparer réception, stockage, produits à rotation rapide et réserve. Prévoyez des allées larges au moins 90 cm pour chariot manuel et pour la sécurité du personnel.

Zones et codes :

Attribue un code à chaque étagère, exemple A1, A2, B1. Utilise une carte murale de l'entrepôt visible, et note les codes dans ton logiciel ou cahier de stock.

Zone	Fonction	Température recommandée	Exemple de produits
Accueil/réception	Vérification et tri	Pièce ambiante	Cartons, palettes
Stock chaud	Produits à rotation rapide	Pièce ambiante	Boissons, snacking
Réserve froide	Produits sensibles	0 à 4 °C	Lait, charcuterie

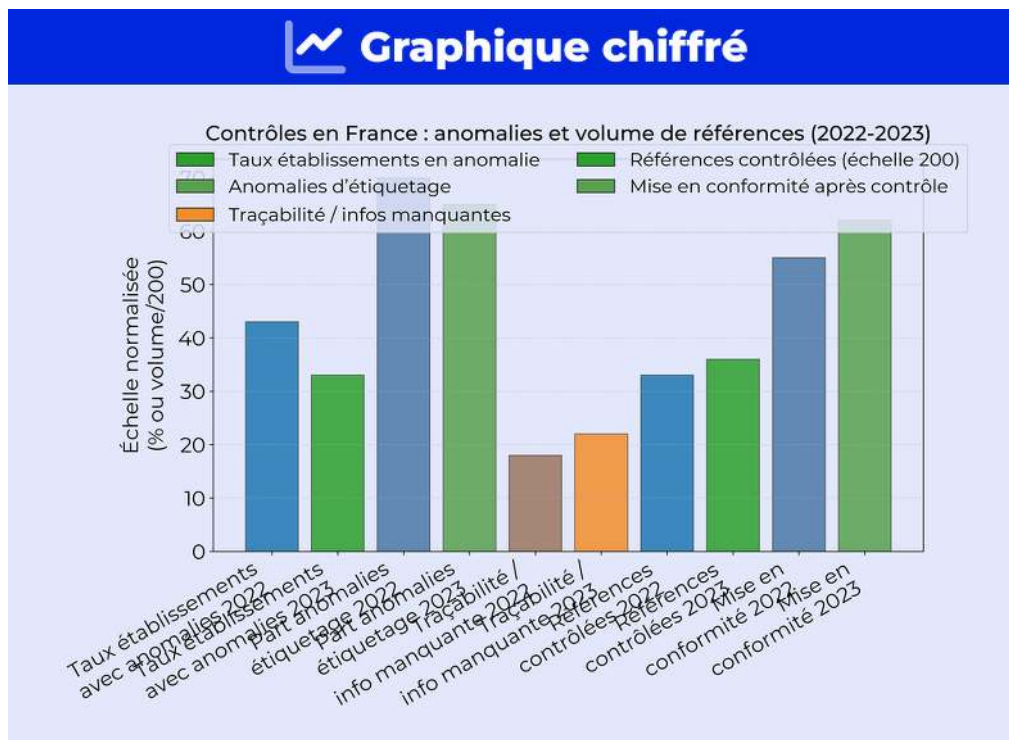
2. Ranger les produits efficacement :

Méthode FIFO et rotation :

Applique FIFO pour les produits périssables, place l'ancien devant. Pour les non périssables, utilise FEFO seulement si tu as la DLC visible et différente des dates d'achat.

Étiquetage et traçabilité :

Étiquette toujours avec code, date d'arrivée, DLC ou DLUO et emplacement. Un marquage simple prend 5 à 10 secondes mais évite 90% des erreurs de préparation.



Exemple d'organisation FIFO :

Tu ranges une palette de yaourts, tu places la palette la plus ancienne devant et tu notes l'emplacement A2, date de réception 12/11, DLC 20/12.

Astuce terrain :

Pour les petites équipes, réserve 10% des bacs pour les retours ou produits en contrôle, cela évite de mélanger les produits en quarantaine avec le stock actif.

3. Gérer l'occupation et la sécurité :

Sécurité et ergonomie :

Range selon la fréquence d'accès, place les produits lourds entre 60 et 120 cm de hauteur pour éviter les risques de lombalgie. Respecte les consignes de charge des étagères.

Inventaire et fréquence de contrôle :

Fais un inventaire tournant hebdomadaire sur 20% des références, et un inventaire complet tous les 6 mois. Un contrôle rapide de 10 minutes par jour réduit les écarts de stock.

Mini cas concret :

Contexte :

Une boutique de 80 m² avait un taux d'erreur de préparation de 12% et des ruptures fréquentes. Objectif : réduire erreurs et optimiser espace sur 30 jours.

Étapes :

Étape 1, cartographie des emplacements en 2 jours. Étape 2, mise en place de codes A1 à C4 et étiquetage en 3 jours. Étape 3, formation de 2 heures pour l'équipe.

Résultat :

Après 30 jours, erreurs tombées à 3%, temps de préparation réduit de 25%, stock moyen optimisé de 15% en volume. Livrable attendu, plan d'emplacement et registre d'inventaire digitalisé.

Checklist opérationnelle :

Tâche	Fréquence	Qui
Vérifier FIFO et dates	Quotidien	Équipier en poste
Contrôle visuel des étagères	Hebdomadaire	Responsable magasin
Inventaire tournant	Hebdomadaire	Équipier dédié
Mise à jour du plan d'emplacement	Mensuel	Responsable magasin

Erreurs fréquentes et conseils :

Erreur fréquente, empiler trop haut ou mélanger produits entrés aujourd'hui et hier.
Conseil, note systématiquement la date d'arrivée et fais un rappel visuel avec couleur pour produits urgents.

Exemple d'amélioration rapide :

En stage, j'ai réorganisé 12 étagères en 2 heures, en réduisant les déplacements de préparation de 35%, et l'équipe a gagné en fluidité dès le lendemain.

i Ce qu'il faut retenir

Organise ton stock pour gagner du temps et éviter les erreurs : définis des zones (réception, stock chaud, réserve froide), garde des allées d'au moins 90 cm, et crée des repères visibles.

- Mets en place un **codage des emplacements** (A1, A2, etc.) + une carte murale et une saisie dans ton outil de stock.
- Range avec **méthode FIFO** (ancien devant) et utilise FEFO seulement si les DLC sont claires.
- Assure une **traçabilité simple** : code, date d'arrivée, DLC/DLUO, emplacement; garde 10% des bacs pour retours/quarantaine.
- Protège l'équipe : lourds entre 60 et 120 cm, charges respectées, inventaire tournant hebdo (20%) + complet tous les 6 mois.

Un contrôle quotidien rapide et un étiquetage systématique réduisent fortement ruptures et erreurs. Avec une cartographie, des codes et une courte formation, tu peux baisser les erreurs et accélérer la préparation en quelques semaines.

Chapitre 5 : Préparer les commandes

1. Préparer la feuille de préparation :

Objectif et contenu :

La feuille de préparation rassemble les commandes, les quantités, les emplacements et les priorités. Tu dois l'utiliser comme ton guide principal pour le picking et la mise sous colis.

Informations essentielles à inscrire :

Indique le numéro de commande, la date, le créneau horaire, la liste des articles, les quantités et les contraintes produits froid ou fragile. Ajoute le nom du client pour le click and collect.

Exemple d'organisation d'une feuille :

Une feuille pour 10 commandes peut lister 45 lignes article, avec colonnes emplacements, quantité à prélever, état du stock, et case vérification par opérateur.

Astuce pour gagner du temps :

Regroupe les commandes qui passent dans la même zone pour réduire les déplacements, cela peut diviser ton temps de picking par 2 sur des vagues de 20 commandes.

2. Organiser le picking et le conditionnement :

Plan simple :

Avant de partir en rayon, repère ta tournée, prends ton matériel et vérifie les codes-barres. Travaille zone par zone pour limiter les allers-retours et garder un rythme constant.

Matériel et emballages :

Prépare chariot, transpalette si besoin, sacs, boîtes, papier bulle, ruban et étiquettes. Choisis l'emballage selon le produit, fragile ou frais, pour éviter les retours clients.

Exemple de choix d'emballage :

Pour 1 bouteille et 2 produits frais, utilise 1 caisse renforcée + séparateur, ajoute 1 étiquette "produits frais" et 1 ticket de préparation.

Astuce d'ancien stagiaire :

Commence par les articles volumineux, finis par les petits, ainsi tu évites d'écraser des produits fragiles et tu optimises l'espace des boîtes.

3. Contrôles finaux, étiquetage et expédition :

Vérification 3 points :

Contrôle quantité, état et référence en utilisant le scan ou la lecture visuelle. Marque chaque colis avec étiquette commande et mode d'envoi pour éviter les erreurs à l'expédition.



Utiliser un scanner pour vérifier l'état des produits avant l'expédition

Gestion des retours et anomalies :

Si produit manquant ou abîmé, note l'anomalie sur la feuille, contacte le responsable et propose solution client, remplacement ou remboursement, selon procédure interne.

Exemple de contrôle final :

Avant départ, un préparateur scanne 30 colis, identifie 1 produit manquant, réalise une note d'écart et alerte le responsable en 5 minutes.

Astuce qualité :

Fixe un objectif d'erreur inférieur à 2 pour cent sur une période de 1 mois, suis ton taux et adapte ta méthode si nécessaire.

Élément	Action concrète	Temps cible
Préparation feuille	Vérifier priorités et zones	2 à 5 minutes
Picking moyen	Regrouper par zone	3 à 7 minutes par commande
Conditionnement	Adapter emballage au produit	1 à 4 minutes par colis

Mini cas concret :

Contexte :

Une boutique en ville organise 30 commandes click and collect pour le samedi matin, total 120 articles, dont 20 produits frais et 15 items fragiles.

Étapes :

- Imprimer 30 feuilles de préparation regroupées par zone
- Former 2 préparateurs, 1 par zone, objectifs 15 commandes chacun
- Fixer objectifs temporels, 20 minutes par commande en moyenne

Résultat et livrable attendu :

Livrable : 30 colis étiquetés, 120 articles préparés, taux d'erreur inférieur à 2 pour cent, livraison prête 30 minutes avant l'heure prévue.

Anecdote : une fois j'ai oublié d'étiqueter 1 colis, le client est revenu, j'ai appris à vérifier deux fois.

Checklist opérationnelle	À faire
Vérifier la feuille	Contrôler priorités et quantité
Préparer le matériel	Chariot, boîtes, étiquettes
Scanner et contrôler	Scan référence et quantité
Étiqueter clairement	Nom commande, créneau, fragile
Enregistrer anomalies	Note d'écart et alerte responsable

Erreurs fréquentes et conseils :

Les erreurs viennent souvent d'un mauvais regroupement et d'un étiquetage bâclé. Prends l'habitude de relire la feuille et de scanner systématiquement pour diminuer les retours clients.

Petit rappel métier :

En CAP EPC, tu dois savoir être rapide et soigneux, la préparation de commandes est un mélange d'organisation et de rigueur, deux qualités très appréciées en magasin.

Ce qu'il faut retenir

Pour préparer une commande, ta **feuille de préparation** est ton guide : commande, créneau, articles, quantités, contraintes (froid, fragile) et, si besoin, nom client.

- **Regrouper par zone** pour réduire les déplacements et garder un rythme constant.
- Prépare le matériel (chariot, boîtes, étiquettes) et choisis l'emballage adapté, en commençant par les volumineux.

- Fais un **contrôle en 3 points** : référence, quantité, état, puis applique un **étiquetage sans faute** (commande, mode d'envoi, fragile/frais).

Note toute anomalie, alerte le responsable et propose remplacement ou remboursement selon la procédure. Vise moins de 2 % d'erreurs : rigueur et organisation évitent retours et clients mécontents.

Mettre en valeur et approvisionner

Présentation de la matière :

Dans le **CAP EPC**, la matière **Mettre en valeur** et approvisionner te prépare à travailler en rayon au quotidien, du **réassort** à la présentation. Cette matière conduit à l'épreuve: **Mise en valeur** et approvisionnement, notée sur 20, avec un **coefficient 5**.

En général, tu es évalué en **CCF** pendant l'année. En examen ponctuel, c'est une **épreuve pratique** et orale de **45 minutes**, souvent en entreprise, avec **30 minutes** d'observation et **15 minutes** d'entretien, appuyé sur un **portfolio numérique**. Un camarade a déjà perdu du temps à cause d'une étiquette oubliée, je m'en souviens encore.

Conseil :

Travaille comme au magasin: Fais 2 entraînements de 20 minutes par semaine, en te chronométrant, réassort, facing, contrôle dates, et **mise en rayon** propre. Le piège fréquent, c'est d'aller vite et d'oublier la logique, rotation, sécurité, propreté.

Prépare une mini routine avant l'évaluation, et répète-la jusqu'à ce qu'elle devienne automatique:

- Contrôler l'état des produits
- Appliquer une rotation simple
- Poser une **signalétique claire**

Enfin, entraîne-toi à expliquer ce que tu fais en phrases courtes, c'est souvent là que tu gagnes des points sur la gestion des ruptures et pour **lutter contre la démarque**.

Table des matières

Chapitre 1 : Mise en rayon	Aller
1. Préparer ta zone de travail	Aller
2. Approvisionnement, implantation et vérification	Aller
Chapitre 2 : Étiquetage et prix	Aller
1. Lire et comprendre les règles d'étiquetage	Aller
2. Poser les prix et gérer les promotions	Aller
3. Affichage réglementaire et bonnes pratiques en rayon	Aller
Chapitre 3 : Signalétique du rayon	Aller
1. Définir la signalétique et ses objectifs	Aller
2. Concevoir pour la lisibilité et l'impact	Aller
3. Implanter, entretenir et contrôler	Aller
Chapitre 4 : Inventaire et démarque	Aller

1. Principes de l'inventaire et types d'inventaire [Aller](#)
2. Gestion de la démarque et prévention des pertes [Aller](#)
3. Cas concret et check-list opérationnelle [Aller](#)

Chapitre 1 : Mise en rayon

1. Préparer ta zone de travail :

Objectif et priorités :

Ton but est de rendre le rayon attractif et disponible pour le client, tout en respectant la sécurité et la rotation des produits. Commence par vérifier l'état général et les dates limites.

Matériel et sécurité :

Prends un chariot, une échelle stable, des gants et un chiffon. Vérifie les étiquettes prix et l'intégrité des emballages. Demande toujours de l'aide pour des charges supérieures à 15 kg.

Plan simple :

- Préparer le matériel et vérifier les stocks.
- Nettoyer la zone et enlever les produits endommagés.
- Disposer les produits selon l'implantation prévue.

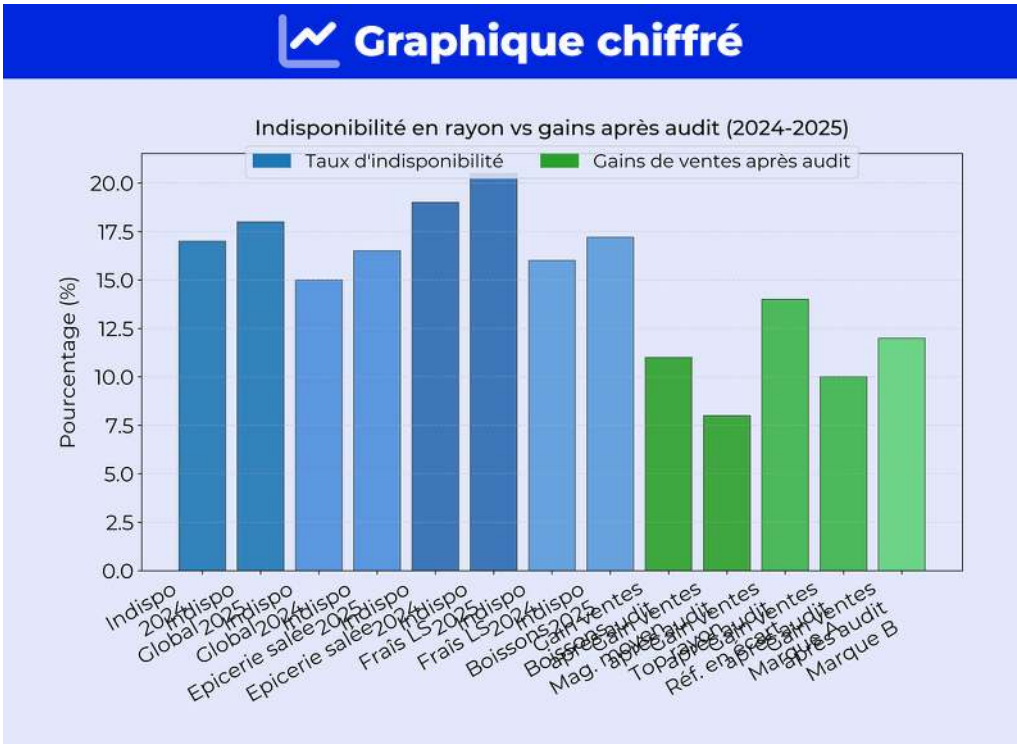
Exemple d'organisation d'une prise de poste :

Tu arrives 10 minutes avant l'ouverture, tu contrôles le rayon pendant 15 à 20 minutes, tu règles les priorités et tu réassortis 3 à 5 produits très demandés en premier.

2. Approvisionnement, implantation et vérification :

Implantation et facing :

Respecte le planogramme et garde un facing propre, avec les produits alignés en première ligne. Un facing correct augmente la visibilité et peut faire gagner 10 à 30% de ventes selon le produit.

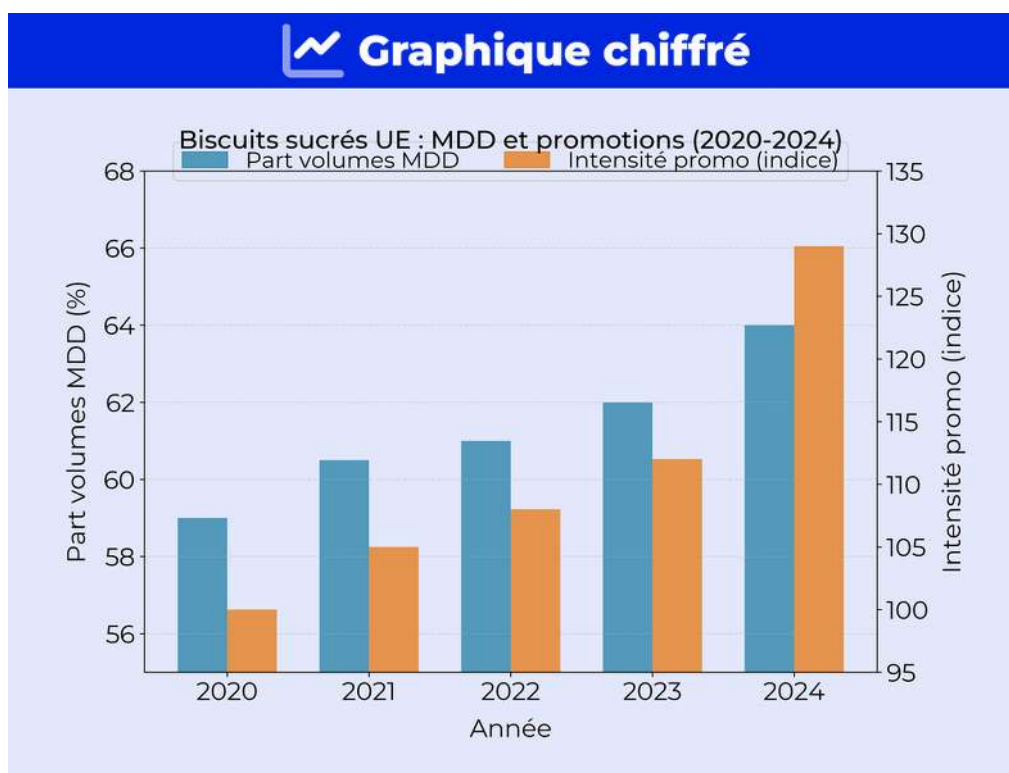


Rotation et dates :
Fais la rotation FIFO pour les produits périssables, vérifie les DLC et DLUO quotidiennement. Maintiens un stock de sécurité équivalent à 2 ou 3 jours de vente pour éviter les ruptures.

Contrôle qualité et merchandising :
Contrôle l'état des emballages, la propreté et la conformité des prix. Ajuste le merchandising pour mettre en avant les promotions et les nouveautés, et vérifie les PLV au moins une fois par semaine.

Erreur fréquente	Solution pratique
Ne pas vérifier les dates	Mettre un contrôle quotidien et étiqueter produits à retirer
Facing irrégulier	Former 10 minutes chaque jour pour réaligner et resserrer le rayon
Réassort tardif	Prévoir réassort 1 fois le matin et 1 fois l'après-midi pour les produits rapides

Exemple de mise en rayon promotionnel :
Contexte : Vente promotionnelle sur un paquet de biscuits, réduction 30%, stock initial 200 unités, vente attendue 25 unités par jour pendant 7 jours. Étapes : vérifier stock, poser PLV, facing sur 2 faces, réassort quotidien 30 unités.



Résultat : Augmentation des ventes de 40% sur la période, 250 unités vendues en 7 jours.
 Livrable : Fiche de réassort indiquant 250 unités sorties et 0 rupture, plus 2 photos avant et après mise en rayon.

Astuce de terrain :

Quand tu fais le facing, repère les produits qui tournent le plus en 2 minutes, et place-les au niveau des yeux pour booster la visibilité, c'est simple et efficace.

Checklist opérationnelle	Fréquence
Vérifier les DLC et retirer les produits périmés	Quotidien
Réaligner le facing et resserrer les produits	Chaque matin
Contrôler les étiquettes prix	Hebdomadaire
Réassort selon rotation prévue	1 à 2 fois par jour
Prendre photo avant/après pour le livrable	À chaque opération importante

Exemple d'erreur observée en stage :

J'ai oublié une étiquette prix pendant 2 jours, le client est parti sans acheter, depuis je vérifie toujours 5 étiquettes avant la fin de mon service.

i Ce qu'il faut retenir

Tu prépares ta zone pour un rayon attractif, en respectant la **sécurité et rotation** : matériel prêt, zone propre, produits abîmés retirés, dates et étiquettes vérifiées. Pour les charges de plus de 15 kg, demande de l'aide.

- Applique le **planogramme et facing** : aligne en première ligne, place les meilleures ventes au niveau des yeux.
- Fais **FIFO et dates** : DLC/DLUO chaque jour, produits à retirer identifiés.
- Assure un **stock de sécurité** de 2 à 3 jours et réassortis 1 à 2 fois par jour, surtout sur les produits rapides et promos (PLV).

Adopte une routine simple : contrôle rapide au début de poste, priorise 3 à 5 références clés, puis vérifie régulièrement facing et prix. Pour les opérations importantes, prends une photo avant/après et note le réassort pour éviter les ruptures.

Chapitre 2 : Étiquetage et prix

1. Lire et comprendre les règles d'étiquetage :

Quoi est obligatoire :

Sur une étiquette, il faut toujours indiquer le nom du produit, le prix TTC, la quantité nette, le pays d'origine si demandé et la date limite quand il y en a une.

Pourquoi c'est utile ?

L'étiquetage protège le client et toi, il évite les litiges et les amendes. Un produit mal étiqueté peut coûter cher à l'entreprise et te mettre en difficulté en stage.

Exemple d'étiquette simple :

Un pot de confiture doit afficher le nom, le prix TTC, le poids net 250 g, la DLUO 05/2025 et le code-barres pour la caisse.

2. Poser les prix et gérer les promotions :

Calculer le prix affiché :

Le prix TTC s'obtient en ajoutant la TVA au prix hors taxe. En France, la TVA courante est 20 pour cent, avec des taux réduits selon les produits.

Règles pour les promotions :

Quand tu affiches une remise, indique toujours le prix d'origine barré, le prix remisé et la durée de l'offre. La transparence évite les réclamations.

Exemple de remise chiffrée :

Si un article valait 50 €, une remise de 20 pour cent donne 40 €, affiche 50 € barré et 40 € en gros pour que le client comprenne vite.

3. Affichage réglementaire et bonnes pratiques en rayon :

Présenter l'information lisiblement :

Utilise une police lisible, un contraste fort et place le prix près du produit. En moyenne, un client regarde l'étiquette 3 à 4 secondes, donc sois clair.

Vérifier et mettre à jour :

Contrôle les prix avant l'ouverture et après chaque opération. Compte environ 2 minutes pour changer une étiquette produit, prévois du temps si tu dois en faire 30.

Astuce du stage :

Prépare un lot d'étiquettes pour 20 produits les jours de promotion, tu gagneras 30 à 45 minutes par matinée. Je l'ai fait dès mon premier stage et ça a sauvé la semaine.

Exemple d'affichage spécial :

Pour un lot 3 pour 2, affiche le prix unitaire, le prix du lot et la mention précise de la durée. Ça limite les malentendus à la caisse.

Mini cas concret :

Contexte :

Une petite supérette prépare une opération "fête de quartier" avec 50 références en promo pendant 3 jours.

Étapes :

- Répertorier les 50 produits et leurs prix habituels.
- Calculer les prix remisés, vérifier la marge par produit.
- Imprimer 50 étiquettes promotionnelles, poser en rayon la veille.

Résultat et livrable attendu :

Livrable : 50 étiquettes imprimées et posées, fichier Excel listant ancien prix et nouveau prix, économie cliente moyenne affichée 12 pour cent.

Élément	Ce qu'il doit contenir
Nom du produit	Libellé clair et compréhensible
Prix	Prix TTC visible, prix unitaire si applicable
Quantité/poids	Indiquer 250 g, 1 L, 1 unité selon le produit
Informations légales	Origine, allergènes, date si nécessaire

Erreurs fréquentes :

Poser un prix erroné, oublier le prix unitaire pour les produits vendus au poids, ou laisser des étiquettes anciennes après une promotion, provoque des pertes et mécontentement.

Bonnes pratiques rapides :

- Vérifie toujours le code-barres et le prix à la caisse avant l'ouverture.
- Range les étiquettes par rayon et par code produit pour gagner du temps.
- Note toute modification dans un fichier partagé, mise à jour en temps réel.

Checklist terrain	Action rapide
Avant ouverture	Contrôler 10 prix clés et 5 promotions
Pendant promo	Vérifier cohérence prix rayon/caisse toutes les 2 heures
Étiquettes endommagées	Remplacer dans les 24 heures
Fin d'opération	Remettre les prix habituels et archiver le fichier

Conseils pour l'examen et le stage :

Montre que tu sais appliquer la réglementation et que tu es organisé. Prépare un petit dossier de 5 pages expliquant une opération prix, avec captures d'écran d'étiquettes et un tableau Excel récapitulatif.

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Réduction du temps de pose des étiquettes de 2 minutes à 1 minute 15 en imprimant en avance et en utilisant un gabarit, pour 100 produits c'est un gain de 85 minutes.

Ressenti personnel :

Je me souviens encore de la première promotion que j'ai préparée, c'était stressant mais gratifiant quand tout était prêt et clair pour les clients.

Ce qu'il faut retenir

Tu dois maîtriser l'étiquetage et les prix pour éviter litiges et amendes. Une étiquette correcte indique toujours nom, **prix TTC visible**, quantité nette, origine si demandé et date si nécessaire. Les promos exigent une **transparence des promotions** : ancien prix, nouveau prix et durée.

- Calcule le TTC à partir du HT et de la TVA, et affiche le prix unitaire si applicable.
- Sois lisible : bon contraste, prix près du produit, et vérifie cohérence rayon/caisse.
- Anticipe : imprime en avance et organise tes étiquettes pour gagner du temps.

Contrôle avant l'ouverture, pendant l'opération et à la fin pour retirer les anciennes étiquettes. En stage ou à l'examen, montre ton **dossier opération prix** (étiquettes + tableau de suivi) et ta rigueur au quotidien.

Chapitre 3 : Signalétique du rayon

1. Définir la signalétique et ses objectifs :

Rôle et objectifs :

La signalétique guide le client, informe sur l'offre et renforce l'image du magasin. Elle facilite le repérage et accélère l'achat, réduisant le temps moyen de recherche en rayon.

Public et usages :

Pense au client, à l'équipe et aux fournisseurs. La signalétique sert 3 usages principaux, orientation, information produit et promotion en point de vente.

Exemple d'objectifs :

Si le rayon boissons reçoit 20 étiquettes nouvelles, l'objectif peut être de réduire le temps de recherche de 30% et d'augmenter le panier moyen de 0,50 euro.

2. Concevoir pour la lisibilité et l'impact :

Typographie et taille :

Choisis une police lisible, sans empattement, et une taille adaptée. Pour prix et infos, vise 10 à 12 points. Pour bandeaux et têtes de rayon, vise 24 à 36 points.

Couleurs et contrastes :

Utilise contraste fort pour la lisibilité, texte sombre sur fond clair ou inversement. Limite la palette à 2 ou 3 couleurs par secteur pour une lecture rapide et cohérente.

Pictogrammes et messages courts :

Privilégie pictogrammes simples et universels, par exemple logo bio ou flèche de direction. Rends-les de taille suffisante, au moins 20 mm sur étiquettes visibles.

Astuce mise en pratique :

Teste la signalétique avec 5 clients ou collègues, chronomètre le temps de repérage. Si plus de 20 secondes, simplifie le message ou augmente la taille des éléments.

Exemple de lisibilité :

Sur une tête de rayon de 3 m, augmente la taille de la police à 30 points et utilise un fond uni pour garantir une lecture à distance.

Petite anecdote: Lors de mon premier stage, j'ai remplacé une affiche illisible et j'ai vu 4 clients trouver le produit immédiatement, ce qui m'a donné confiance.

3. Implanter, entretenir et contrôler :

Emplacement stratégique :

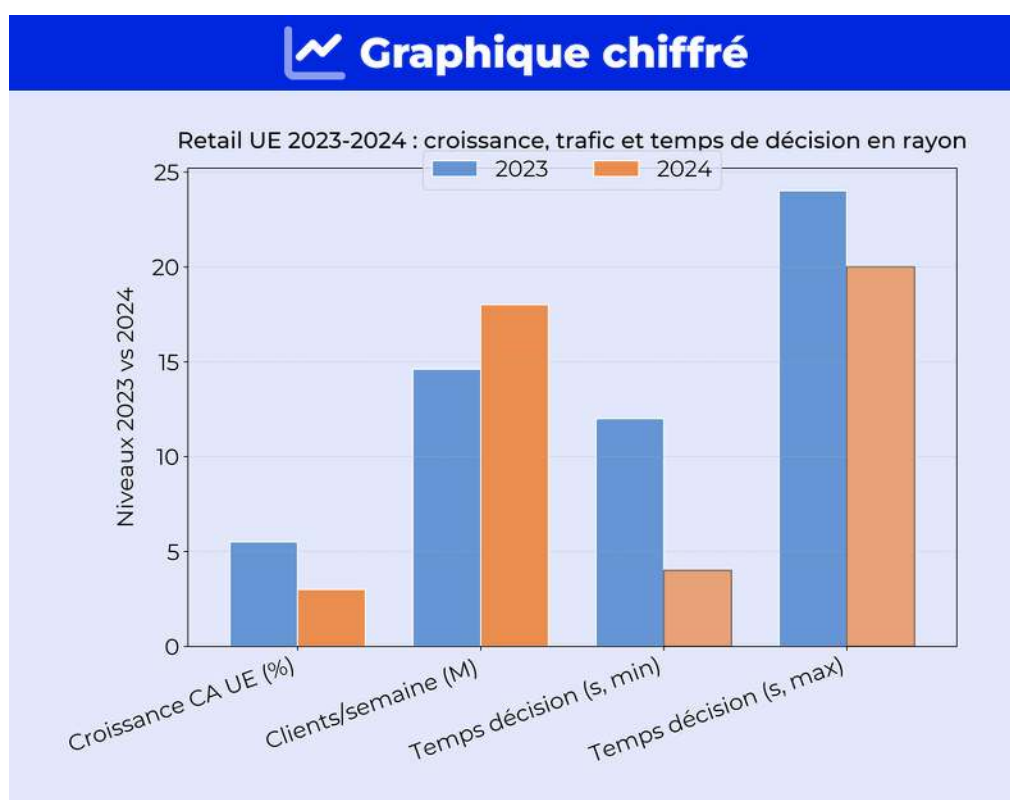
Place la signalétique aux hauteurs de regard entre 1,40 m et 1,60 m pour les messages principaux. Ajoute repères au sol et têtes de gondole pour orienter le flux client rapidement.

Maintenance et mises à jour :

Vérifie l'état des panneaux chaque semaine lors du rangement. Remplace étiquettes abîmées, corrige erreurs signalées et archive les visuels dans un dossier unique pour traçabilité.

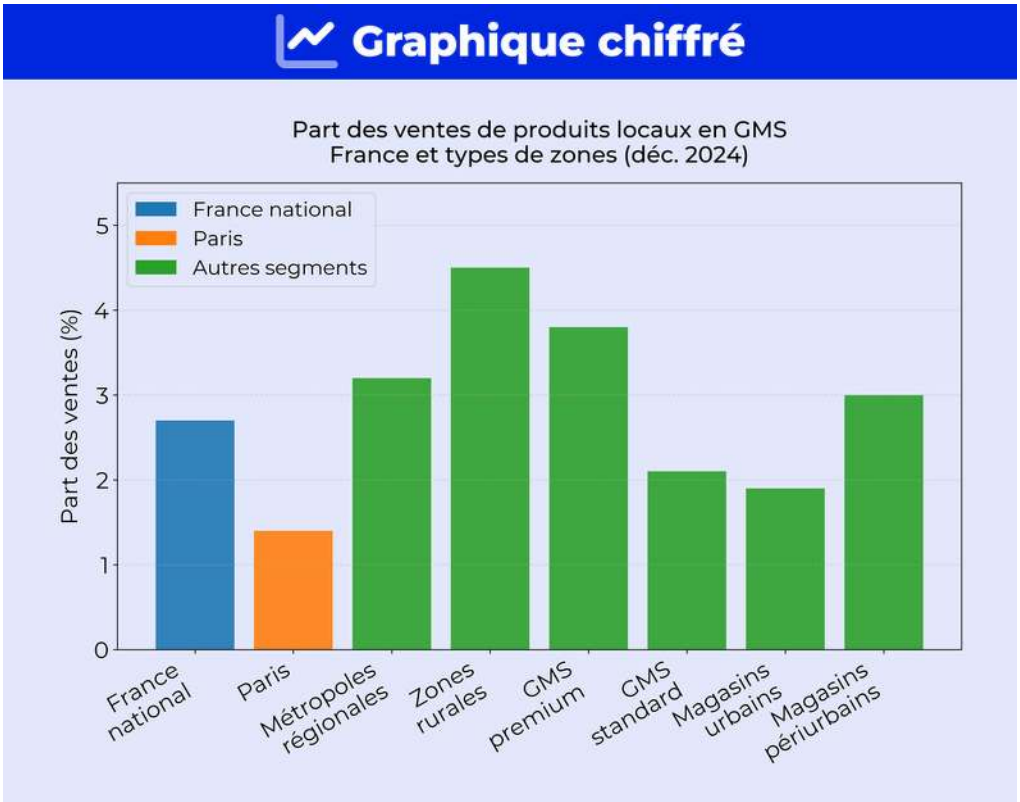
Mesure de l'efficacité :

Mesure l'impact en observant 10 clients pendant 2 heures ou utilise indicateurs tels que temps de repérage et ventes du segment. Cherche une amélioration de 10 à 20% après intervention.



Exemple concret de mise en place :

Contexte petit supermarché avec 120 références locales mal identifiées. Étapes audit 2 jours, création de 120 étiquettes, pose 4 heures par 2 équipiers. Résultat baisse du temps de recherche de 25% et hausse des ventes de 8%. Livrable fichier Excel 120 lignes et photos.



Voici un tableau pratique pour choisir le type de signalétique selon l'usage:

Élément	Usage	Taille recommandée
Tête de rayon	Orientation et identification de catégorie	30 à 36 points ou 300 à 400 mm de bandeau
Étiquette de gondole	Prix et informations produit	10 à 12 points ou 20 à 50 mm
Panneau directionnel	Trafic et circulation en magasin	50 à 80 mm ou 600 x 200 mm

Pour t'aider sur le terrain, suis cette check-list opérationnelle simple avant l'ouverture ou après un changement de gamme :

Tâche	Fréquence	Responsable
Vérifier lisibilité des têtes de rayon	Hebdomadaire	Équipier présent
Remplacer étiquettes abîmées	Après constat	Équipier en rayon
Mettre à jour messages promotionnels	À chaque promo	Responsable rayon
Archiver visuels et bons de pose	Mensuel	Responsable numérique

Exemple d'optimisation d'un processus de production :

Lors d'une opération locale, centralise la création des visuels en 1 dossier, imprime 120 étiquettes en une fois et pose-les en 4 heures pour limiter les interruptions de rayon.

Ce qu'il faut retenir

La signalétique guide le client, informe sur l'offre et renforce l'image du magasin. Elle sert à l'orientation, à l'information produit et à la promotion, avec un objectif clair: réduire le temps de recherche et faciliter l'achat.

- Assure une **lisibilité immédiate en rayon**: police sans empattement, 10 à 12 points pour prix, 24 à 36 points pour têtes de rayon.
- Travaille un **contraste fort et cohérent**: 2 à 3 couleurs par secteur, messages courts et pictogrammes simples (au moins 20 mm).
- Im plante aux bons endroits: hauteur 1,40 m à 1,60 m, têtes de gondole et repères au sol.

Entretiens et mets à jour chaque semaine, archive les visuels, et mesure l'efficacité (temps de repérage, ventes). Si tu dépasses 20 secondes de recherche, simplifie ou agrandis: c'est la base d'une **mesure de l'efficacité** et d'une amélioration continue.

Chapitre 4 : Inventaire et démarque

1. Principes de l'inventaire et types d'inventaire :

Objectif et fréquence :

L'inventaire sert à connaître précisément les stocks, repérer les écarts et calculer le taux de démarque. En commerce de proximité, on réalise souvent un inventaire mensuel et un inventaire annuel complet.

Préparation et matériel :

Prépare une zone calme, un plan de rayon, des listings produits et un lecteur code-barres si possible. Compte environ 1 heure pour 100 références si tu travailles à deux personnes.

Méthodes d'inventaire :

Tu as l'inventaire permanent, l'inventaire tournant et l'inventaire général. Choisis la méthode selon la taille du magasin, la saisonnalité et les outils de gestion disponibles pour gagner en précision.

Exemple d'organisation d'un inventaire :

Un commerce de 1 000 références organise un inventaire tournant par famille, 250 références par semaine, pour boucler le cycle en 4 semaines et réduire les erreurs de comptage.

Méthode	Avantage	Inconvénient	Fréquence recommandée
Inventaire permanent	Suivi continu des écarts	Nécessite logiciel adapté	Quotidienne ou hebdomadaire
Inventaire tournant	Moins de temps en bloc	Peut oublier des références	Hebdomadaire ou mensuelle
Inventaire général	Bilan complet et net	Long en temps et costaud	Annuel

2. Gestion de la démarque et prévention des pertes :

Types de démarque :

La démarque se divise en démarque connue, démarque inconnue et démarque comptable. La démarque inconnue regroupe vols, erreurs de saisie et erreurs de stock, elle est souvent la plus coûteuse.

Actions correctives :

Analyse les écarts par famille, vérifie les bons de livraison et forme le personnel aux procédures de caisse. Mets en place des contrôles réguliers pour réduire la démarque de 10 à 20% en quelques mois.

Astuce de stage :

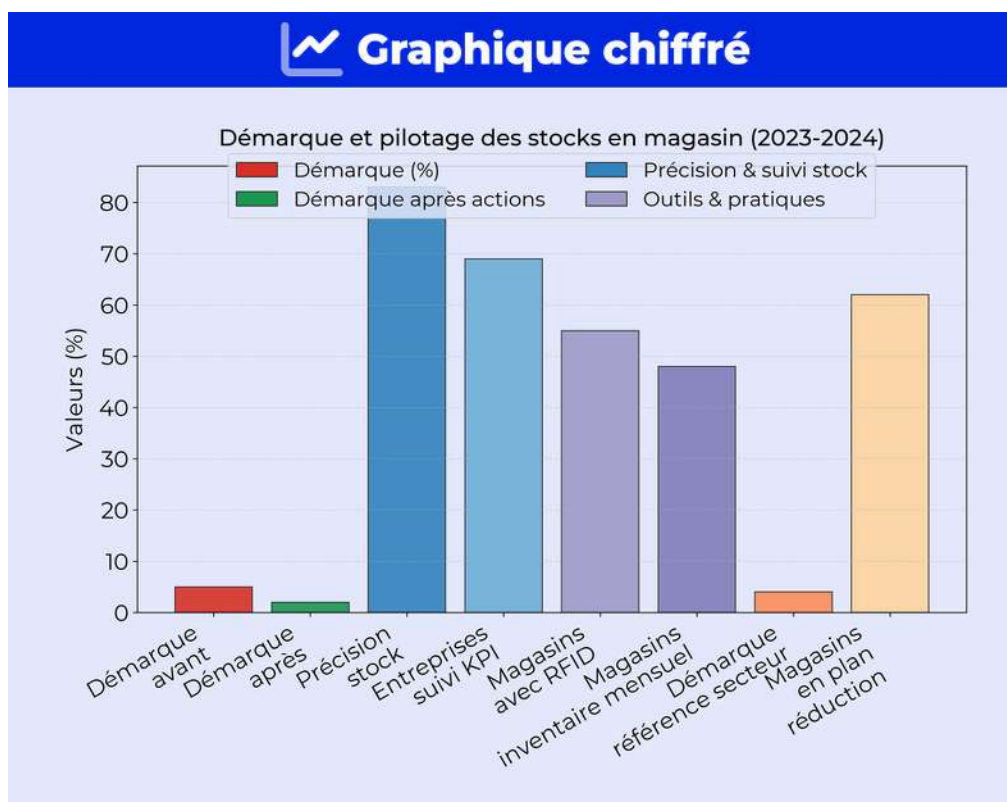
Prends des photos des ruptures et note l'heure, cela aide à tracer les problèmes et à expliquer les écarts lors des réunions hebdomadaires.

Je me souviens d'un inventaire de 6 heures qui m'a appris l'importance de la préparation, depuis j'ai toujours vérifié matériels et répartition des tâches avant de commencer.

3. Cas concret et check-list opérationnelle :

Mini cas concret :

Un petit supermarché relevait 5% de démarque annuelle, soit 2 500 euros sur 50 000 euros de stock. L'équipe a fait inventaire mensuel, formations et contrôles, la démarque est tombée à 2% en 3 mois.

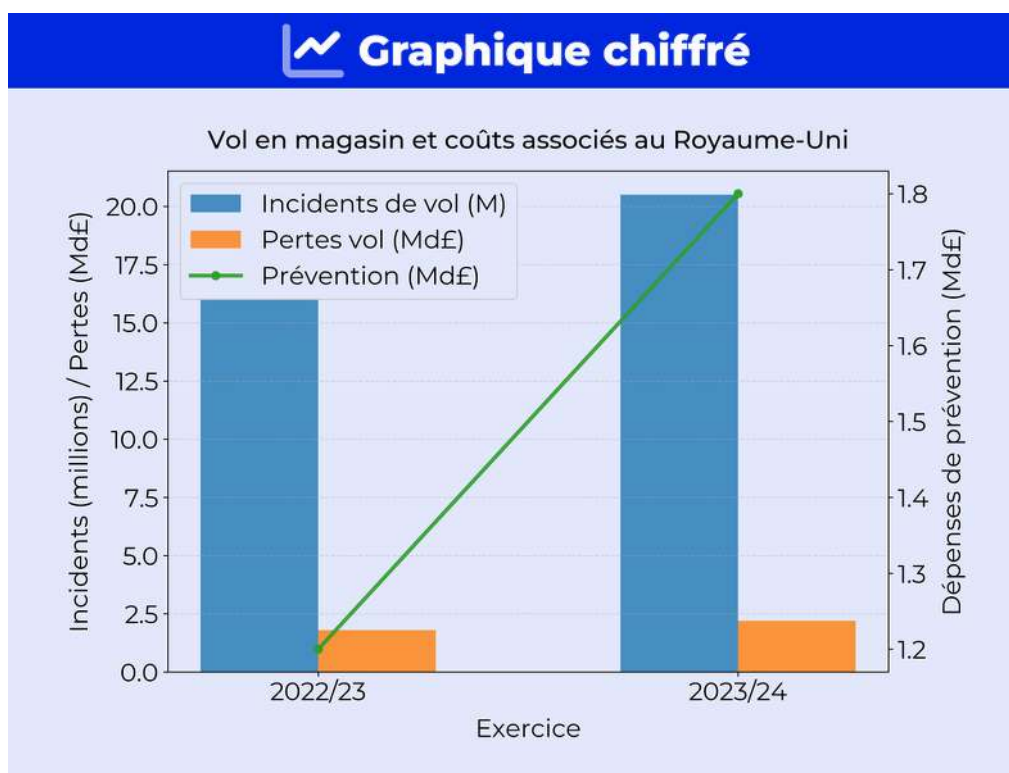


Exemple de mini cas concret :

Un magasin de quartier réduisit sa démarque de 5% à 2% après 3 mois d'inventaires ciblés et procédures de caisse renforcées, les résultats ont permis d'économiser 1 500 euros annuels.

Livrable attendu :

Un rapport d'inventaire doit montrer stocks théoriques, stocks physiques, écart en valeur et pourcentage, plus actions proposées, par exemple un écart de 500 euros sur 10 000 euros, soit 5%.



Check-list terrain :

Tâche	Fréquence	Responsable	Commentaire
Préparer matériel	Avant chaque inventaire	Responsable rayon	Vérifier lecteurs et listings
Compter références	Pendant l'inventaire	Équipe de comptage	Un double contrôle si possible
Saisir écarts	Jour même	Caissier ou gestionnaire	Noter origine possible
Analyser résultats	Hebdomadaire	Responsable magasin	Proposer actions et suivi

i Ce qu'il faut retenir

L'inventaire te sert à connaître tes stocks réels, mesurer les écarts et calculer la démarque. En proximité, vise un **inventaire mensuel** plus un annuel, en choisissant permanent, tournant ou général selon tes outils.

- Prépare une zone calme, un plan de rayon, des listings et, si possible, un lecteur code-barres : la **préparation du matériel** évite les erreurs.

- Surveille la **démarque inconnue** (vols, saisies, erreurs de stock) en analysant par famille et en contrôlant livraisons et caisse.
- Formalise un **rapport d'inventaire** : théorique vs physique, écart en valeur et en %, puis actions de correction.

Avec des contrôles réguliers et une équipe formée, tu peux faire baisser la démarque rapidement. Pense à tracer les ruptures (photo, heure) pour expliquer les écarts et piloter les actions.

Conseiller et accompagner le client dans son parcours d'achat

Présentation de la matière :

Dans le **CAP EPC**, cette matière te prépare à gérer une vente de A à Z, du 1er contact jusqu'à la fidélisation. Elle conduit à l'épreuve **Conseil et accompagnement**, notée avec un **coefficient de 6**. En examen ponctuel, tu passes une situation **pratique et orale** sur **35 minutes**.

En voie scolaire, l'évaluation se fait en **contrôle en cours**, avec 1 situation construite à partir de tes activités en magasin et au lycée, avec des retours écrits et oraux, la durée n'est pas fixée nationalement. On attend aussi une posture pro, l'écoute, l'omnicanal, et j'ai vu un camarade prendre confiance après 3 entraînements en jeu de rôle.

Conseil :

Travaille comme si tu avais déjà un client devant toi: 20 minutes, 4 fois par semaine, tu répètes une trame simple, accueil, découverte du besoin, proposition, argumentaire, conclusion. Chronomètre-toi, 35 minutes passent vite.

Prépare une petite "boîte à phrases" et entraîne-toi à varier ton vocabulaire, sans réciter. Pense aussi aux détails qui font gagner des points: Tenue et sourire, écoute active, et une solution claire en cas de réclamation.

La semaine avant l'évaluation, fais 2 simulations complètes, dont 1 filmée, puis corrige 3 choses maximum, sinon tu te disperses, et tu finis plus serein le jour J.

Table des matières

Chapitre 1 : Accueillir le client	Aller
1. Accueillir physiquement le client	Aller
2. Conseiller et accompagner le client dans son parcours	Aller
Chapitre 2 : Identifier le besoin	Aller
1. Identifier le motif d'achat	Aller
2. Repérer les indices et utiliser les outils	Aller
3. Valider le besoin et proposer une solution	Aller
Chapitre 3 : Argumenter et conseiller	Aller
1. Techniques d'argumentation	Aller
2. Gérer les objections et conclure la vente	Aller
3. Conseiller selon le profil client et éthique	Aller
Chapitre 4 : Finaliser la vente	Aller
1. Conclure la vente et vérifier la satisfaction	Aller

2. Remettre les documents et fidéliser le client [Aller](#)

3. Gérer les retours, les réclamations et le SAV [Aller](#)

Chapitre 5 : Gérer réclamations [Aller](#)

1. Recevoir la réclamation [Aller](#)

2. Analyser et décider [Aller](#)

3. Suivre et améliorer le service [Aller](#)

Chapitre 1 : Accueillir le client

1. Accueillir physiquement le client :

Objectif et public :

Accueillir, c'est créer un premier contact positif en magasin ou au comptoir, pour tout type de client, du passant pressé au client fidèle qui connaît déjà l'offre.

Étapes clés :

Identifie le client visuellement, souris, adopte une posture ouverte, propose rapidement de l'aide ou laisse de l'espace selon son attitude, puis oriente vers le bon rayon ou la personne compétente.

Règles de base et langage corporel :

Maintiens un regard franc et naturel, garde les bras détendus, évite le téléphone, parle distinctement en utilisant des phrases courtes et claires, adapte le ton selon l'âge et la situation.

Exemple d'accueil en boutique :

Un client entre, tu remarques qu'il regarde les rayons, tu poses une question simple comme « Bonjour, je peux vous aider ? » et tu proposes un produit adapté en moins de 30 secondes.

Astuce stage :

Souviens-toi, une salutation en moins de 5 secondes augmente les chances de garder le client, c'est ce qu'on m'a répété lors de mon premier mois en magasin.

2. Conseiller et accompagner le client dans son parcours :

Objectif du conseil :

Aider le client à trouver rapidement la solution à son besoin, tout en proposant des alternatives et en valorisant les produits, pour augmenter la satisfaction et la vente additionnelle.

Techniques simples et utiles :

Écoute active, reformulation de la demande, démonstration si possible, proposition de 1 à 2 alternatives, vérification de la satisfaction avant le passage en caisse.

Erreurs fréquentes et comment les éviter :

Ne pas interrompre, éviter les jugements rapides, ne pas saturer d'informations, propose toujours une solution concrète et demande si le client veut essayer ou tester le produit.

Exemple de conversation utile :

Client : « Je cherche une veste chaude. » Tu : « Tu veux plutôt une veste pour la ville ou pour des randonnées ? » Puis tu proposes 2 modèles avec prix et avantages.

Élément	Action concrète
Premier contact	Salue en moins de 5 secondes, regarde le client, propose de l'aide
Identification du besoin	Pose 1 à 2 questions ouvertes pour préciser la demande
Proposition	Donne un choix de 2 articles avec avantages et prix
Clôture	Demande si tout convient et propose un paiement ou un emballage

Exemple d'optimisation d'un processus de vente :

En remplaçant une approche « attente passive » par un accueil actif, une petite boutique a augmenté ses ventes de 12% en 3 mois, avec un temps moyen d'intervention de 90 secondes par client.

Mini cas concret :

Contexte : Un magasin de vêtements reçoit en moyenne 60 clients par jour, avec un taux de conversion de 20%.

Étapes :

- Observer les flux pendant 1 journée pour identifier les heures de pointe.
- Mettre en place une salutation en moins de 5 secondes à l'entrée.
- Former 2 équipiers à proposer 2 alternatives par client pendant 2 semaines.

Résultat et livrable attendu :

Résultat attendu : augmentation du taux de conversion de 20% à 24% en 30 jours et hausse du panier moyen de 8%.

Livrable :

Un tableau de bord simple avec 4 indicateurs : nombre de clients par jour, taux de conversion, panier moyen, temps moyen d'intervention (en secondes).

Check-list opérationnelle :

Tâche	Pourquoi
Salut en moins de 5 secondes	Crée le premier lien, montre que tu es disponible
Pose 1 question ouverte	Comprends rapidement le besoin réel
Propose 2 alternatives	Facilite le choix et augmente la vente
Vérifie la satisfaction	Évite les retours et fidélise

Conseils pratiques et retours d'expérience :

Organise-toi en début de journée pour connaître les promos et 3 produits à pousser, note les erreurs fréquentes comme parler trop vite, et n'oublie pas d'indiquer le prix clairement.

Astuce pour l'examen :

Lors d'une mise en situation, décris ton accueil en étapes chronologiques, chronomètre-toi et montre que tu vérifies la satisfaction à la fin.

Ressource chiffrée :

Selon l'INSEE, le commerce de détail emploie environ 3,5 millions de personnes en France, ce qui montre l'importance de maîtriser l'accueil pour réussir en CAP EPC.

 Ce qu'il faut retenir

Ton but est de créer un premier contact positif puis d'accompagner vite et bien : repère le client, souris, posture ouverte, et adapte ton aide selon son attitude. Utilise un regard naturel, des phrases courtes, et évite le téléphone.

- **Salutation en moins de 5 secondes** : montre ta disponibilité et retiens le client.
- **Questions ouvertes et reformulation** : précise le besoin sans interrompre.
- **Deux alternatives concrètes** : présente avantages et prix, puis propose un essai.
- **Vérification de satisfaction** : sécurise l'achat avant la caisse.

Prépare-toi dès le matin (promos, 3 produits à pousser) et évite de noyer le client d'infos. En mise en situation, décris tes étapes dans l'ordre et termine toujours par une vérification claire de la satisfaction.

Chapitre 2 : Identifier le besoin

1. Identifier le motif d'achat :

Observation du client :

Regarde la façon dont le client se déplace et ce qu'il tient en main, cela te donne des indices en 10 à 30 secondes. Note l'attitude pour adapter ta question suivante.

Questionnement ouvert :

Pose 2 à 3 questions ouvertes pour laisser le client parler, par exemple «quoi cherchez-vous pour aujourd'hui?» ou «à quelle fréquence l'utiliserez-vous?» Cela révèle l'usage réel.

Besoin réel et envie :

Distingue le besoin essentiel de l'envie. Demande le critère prioritaire comme prix, marque ou usage. Cette étape prend souvent 2 à 7 minutes en magasin.

Exemple :

Un client veut «un cadeau», après 3 questions tu découvres qu'il cherche un cadeau utile pour 40€ maximum et pour une personne qui cuisine souvent.

2. Repérer les indices et utiliser les outils :

Langage corporel :

Observe le regard, les hésitations, la poignée d'objets. Un client qui compare plusieurs boîtes hésite souvent sur les performances plutôt que sur le prix.

Historique d'achat et fidélité :

Si la caisse ou la carte fidélité montre 3 achats récents, tu peux proposer des produits complémentaires adaptés au comportement d'achat du client.

Contraintes pratiques :

Identifie le budget réel, la taille, le délai d'utilisation ou la disponibilité en stock. Note ces contraintes pour éviter de proposer un produit inadapté.

Astuce :

Commence par 1 question sur le budget, cela t'évite de perdre 5 à 10 minutes à détailler un produit hors de portée financière du client.

Élément	Question à se poser
Usage	Pour quoi le client va-t-il utiliser cet article
Budget	Quel montant le client souhaite-t-il dépenser
Contraintes	Y a-t-il une taille, une couleur ou une date limite

Connaissances	Le client connaît-il la gamme ou a-t-il besoin d'explication
---------------	--

3. Valider le besoin et proposer une solution :

Reformulation :

Reformule en 1 phrase ce que tu as compris, par exemple «Donc vous voulez un lave-main compact pour 2 personnes à moins de 150€». La reformulation évite les erreurs.

Priorisation des critères :

Demande au client d'ordonner 3 critères principaux, par exemple prix, durabilité, design. Cela guide ton choix de produit et réduit le temps d'essai à moins de 10 minutes.

Livvable attendu :

Prépare une fiche simple avec le besoin, le budget, la proposition produit et le prix. En stage, j'ai toujours remis 1 fiche par vente pour garder trace de l'échange.

Exemple :

Un client cherche une paire de chaussures pour travail debout. Après 3 questions tu proposes 2 modèles, il choisit le modèle B, temps total 8 minutes et vente réalisée.

Étape	Action rapide
Accueil	Observer 10 secondes et saluer le client
Questionnement	Poser 3 questions ouvertes
Validation	Reformuler en 1 phrase
Proposition	Montrer 1 à 2 produits adaptés
Finalisation	Remplir 1 fiche client si nécessaire

Mini cas concret :

Contexte :

Un homme entre, dit «robot mixeur» et montre son ancien appareil. Il veut un appareil pour smoothies 3 fois par semaine et dispose de 80€ de budget.

Étapes :

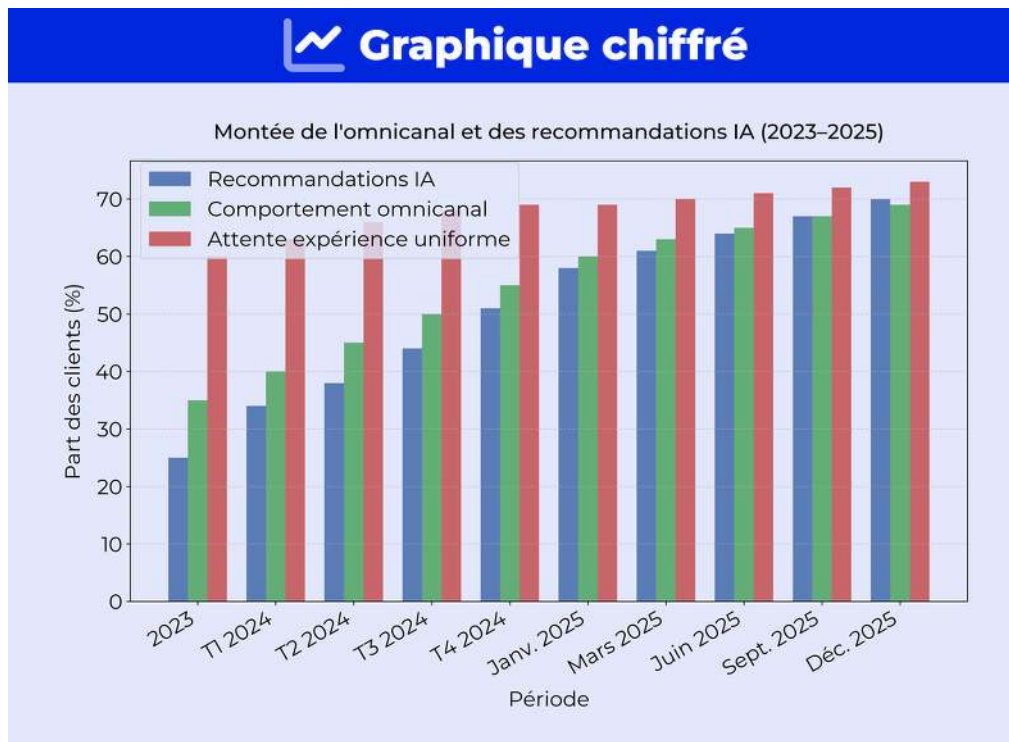
Tu poses 3 questions, tu vérifies l'espace de rangement, tu sélectionnes 2 modèles tournant autour de 60€ et 95€ et tu proposes une démonstration en magasin.

Résultat et livrable :

Le client achète le modèle à 95€, achat fermé en 7 minutes. Livrable attendu : fiche client d'une page indiquant besoin, modèle choisi, prix et date d'achat, conservée 6 mois.

Astuce :

Si tu es en stage, note 3 mots clés par client sur la fiche, cela facilite le suivi et augmente tes chances de vente complémentaire de 15 à 30 pourcent.



Ce qu'il faut retenir

Pour identifier le besoin, commence par observer vite le client, puis clarifie son **motif d'achat** avec 2 à 3 **questions ouvertes**. Sépare le **besoin réel** de l'envie en faisant préciser le critère prioritaire (usage, prix, marque) et les contraintes.

- Repère les indices : langage corporel, hésitations, objets comparés, historique via fidélité.
- Valide : fais une **reformulation en 1 phrase** et fais classer 3 critères.
- Propose 1 à 2 produits adaptés au budget et au stock, puis note une fiche simple si besoin.

En posant tôt une question sur le budget et en priorisant les critères, tu gagnes du temps et tu évites les erreurs. Une fiche courte aide le suivi et facilite les ventes complémentaires.

Chapitre 3 : Argumenter et conseiller

1. Techniques d'argumentation :

Principes de base :

Pour convaincre, présente d'abord la caractéristique, puis l'avantage et enfin le bénéfice pour le client, c'est la méthode CAB. Cela rend ton propos clair et centré sur l'usage réel du produit.

Types d'arguments :

Utilise des arguments variés : prix, qualité, usage, service après-vente et preuve sociale. Chaque argument doit répondre au besoin repéré lors de l'étape d'identification du besoin.

Élément	Exemple concret
Prix	Proposer une promo immédiate, réduction visible de 10% sur le produit
Qualité	Matériaux robustes, garantie 2 ans pour rassurer le client
Service	Livraison offerte en 48 heures et reprise gratuite sous 14 jours

Exemple d'argumentation :

Tu proposes un casque audio, tu expliques qu'il a une autonomie de 30 heures, qu'il est léger, puis tu dis que cela permet d'écouter la musique toute la journée sans recharge.

2. Gérer les objections et conclure la vente :

Écoute et reformulation :

Écoute activement, reformule l'objection en une phrase courte, puis demande une précision. Cela montre que tu comprends et que tu cherches une solution adaptée au client.

Réponses types et preuves :

Prépare 3 à 4 réponses claires par objection fréquente, appuie-toi sur une preuve : garantie, avis clients ou démonstration en 2 minutes pour convaincre.

- Objection prix : proposer financement ou alternative moins chère
- Objection besoin : rappeler le bénéfice concret pour l'usage
- Objection confiance : montrer la garantie ou un avis certifié

Astuce méthode closing :

Test deux formules de conclusion : la question fermée pour obtenir l'accord, ou l'offre alternative pour orienter le choix. En stage, j'ai vu une demande alternative augmenter les ventes de 20%.

3. Conseiller selon le profil client et éthique :

Adapter ton discours :

Repère rapidement le profil du client : pressé, curieux, hésitant ou fidèle. Adapte ton rythme, le niveau de détails et le nombre d'options proposés en fonction de ce profil.

Garder l'éthique et connaître tes limites :

Ne force pas une vente inutile, propose une alternative honnête si un produit ne convient pas. Respecter cela fidélise le client et évite des retours coûteux pour le magasin.

Cas concret et livrable :

Contexte : boutique textile, objectif augmenter le panier moyen. Étapes : accueil, découverte, proposer un outfit complet, argumenter et conclure en 3 propositions. Résultat attendu : +15% panier moyen sur 1 journée test.

Exemple de mini cas concret :

En stage, tu identifies un client cherchant une tenue pour un entretien. Tu proposes chemise à 35 €, pantalon à 45 € et accessoires à 10 €, la proposition totale est 90 €, client convaincu.

Étape	Livrable attendu
Accueil et découverte	Fiche client remplie avec besoin et budget
Proposition argumentée	Devis ou bon de commande chiffré
Finalisation	Ticket de vente ou note de réservation

Check-list opérationnelle :

Voici une courte check-list pour t'aider sur le terrain, à cocher pendant la vente.

Tâche	À faire
Identifier le besoin	Poser 2 à 3 questions ouvertes
Argumenter	Utiliser méthode CAB en 30 secondes
Gérer l'objection	Reformuler et proposer preuve
Conclure	Demander l'accord ou proposer alternative

Ce qu'il faut retenir

Pour convaincre, structure ton discours avec la **méthode CAB** : caractéristique, avantage, bénéfice, en restant aligné avec le besoin détecté.

- Varie tes arguments (prix, qualité, usage, service, preuve sociale) et illustre avec une situation concrète.
- Face aux objections, pratique l'**écoute et reformulation**, puis demande une précision et réponds avec des **preuves concrètes** (garantie, avis, démo rapide).
- Pour conclure, utilise une question fermée ou un **closing par alternative** pour guider le choix.

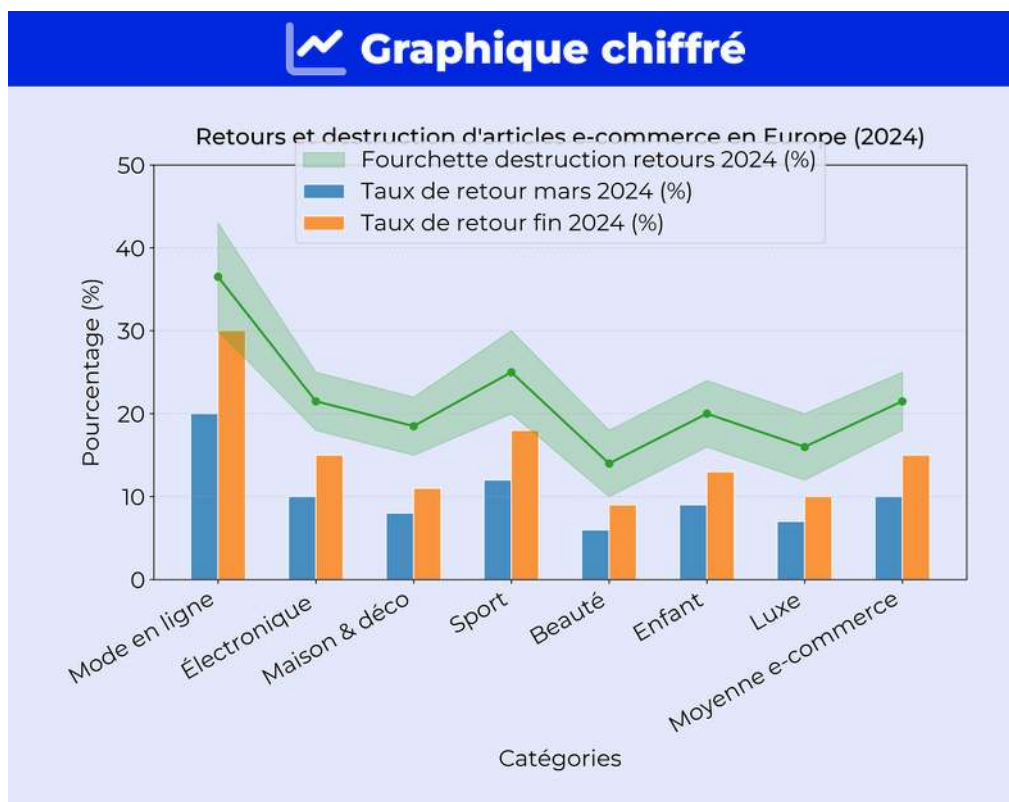
Adapte ton rythme au profil du client (pressé, curieux, hésitant, fidèle) et reste éthique : ne force pas, propose une alternative si besoin. Cette posture fidélise et limite les retours.

Chapitre 4 : Finaliser la vente

1. Conclure la vente et vérifier la satisfaction :

Vérifier la commande et l'état du produit :

Contrôle rapide du produit, vérifie l'emballage, les accessoires et l'étiquetage avant d'encaisser, cela évite 80% des réclamations classiques en magasin.



Encaissement et moyens de paiement :

Propose les moyens de paiement acceptés, annonce clairement le montant, vérifie la carte ou le paiement sans contact et imprime ou envoie le ticket par mail si demandé.

Prendre la température du client :

Demande au client si tout est conforme et propose une petite vérification, un geste simple qui rassure et limite les retours le lendemain.

Astuce organisation :

Range les tickets et bons de réduction par jour, cela te fait gagner 10 à 15 minutes par shift lors des remises en banque ou du rapport de caisse.

Exemple d'encaissement classique :

Tu encaisses une commande de 45 euros en carte, tu demandes la signature ou l'authentification, tu proposes l'envoi du ticket par SMS, puis tu souhaites une bonne journée au client.

2. Remettre les documents et fidéliser le client :

Remettre les documents obligatoires :

Donne le ticket de caisse, la garantie si nécessaire et la notice, explique rapidement les modalités de retour et la durée de garantie, cela évite un appel après-vente.

Proposer la fidélisation :

Présente le programme fidélité en une phrase, propose l'inscription rapide avec mail ou téléphone, explique le bénéfice concret comme une remise de 5 euros dès 50 euros d'achat.

Prendre congé et inviter au retour :

Remercie le client, propose une aide future et rappelle les horaires d'ouverture, une phrase simple suffit pour laisser une bonne impression finale.

Exemple d'offre fidélité :

Tu proposes l'inscription au programme, le client accepte, tu enregistres son mail en 1 minute, il reçoit une remise de 5 euros sur son prochain achat de 50 euros.

Étape	Durée estimée	Livrable
Vérification produit	30 à 60 secondes	Produit conforme prêt à être vendu
Encaissement	1 à 3 minutes	Ticket de caisse ou preuve électronique
Inscription fidélité	1 à 2 minutes	Compte client créé ou mail enregistré

3. Gérer les retours, les réclamations et le SAV :

Procédure de retour simple :

Vérifie le ticket, contrôle l'état du produit, enregistre le motif, propose échange, avoir ou remboursement en respectant la politique magasin et les délais annoncés.

Transmettre au service après-vente :

Si nécessaire, complète le bon SAV avec le numéro de dossier et donne un délai indicatif au client, informe-le par mail ou SMS dès que le statut change.

Suivi et mise à jour du dossier client :

Note l'incident dans le fichier client, indique la résolution et la date, cela améliore la relation et permet d'anticiper les cas fréquents en magasin.

Exemple de gestion d'un retour :

Client revient avec article acheté 3 jours plus tôt, tu vérifies le ticket, tu proposes l'échange immédiat ou le remboursement, tu mets à jour le dossier en 5 minutes.

Action opérationnelle	Pourquoi	Résultat attendu
Toujours demander le ticket	Preuve d'achat nécessaire	Traitement plus rapide
Proposer l'échange en priorité	Fidélisation et gestion de stock	Satisfaction client maintenue
Enregistrer le motif de retour	Identifier les tendances produits	Amélioration des commandes futures

Mini cas concret : gestion d'un retour et relance fidélité :

Contexte magasin textile, client revient avec pull taché après 4 jours, ticket présenté, article non lavé selon notice, demande remboursement.

Étapes :

- Vérifier ticket et état du produit
- Proposer échange ou remboursement
- Enregistrer motif « salissure » et fermer dossier

Résultat chiffré et livrable :

Remboursement de 39 euros effectué, dossier mis à jour, client reçu un bon de réduction de 5 euros pour son prochain achat de 50 euros, livrable : bordereau de remboursement tamponné.

Check-list terrain (4 entrées) :

- Vérifier produit et ticket avant encaissement
- Expliquer brièvement la garantie et la politique de retour
- Proposer l'inscription fidélité si pertinente
- Enregistrer toute réclamation et donner un délai précis

Astuce de stage :

Quand tu ranges la caisse, compte rapidement les billets et note les écarts, cela te protège et te rend plus autonome en 2 semaines d'expérience.

Exemple d'amélioration simple :

Mettre une feuille de procédure près de la caisse réduit les erreurs d'encaissement de 40% chez les nouveaux équipiers, les managers l'apprécient beaucoup.

 **Ce qu'il faut retenir**

Pour finaliser la vente, tu sécurises la sortie du produit, tu rassures le client, puis tu facilites la fidélisation et le SAV. Un contrôle rapide avant caisse limite la plupart des réclamations.

- **Vérifier la commande** : état du produit, emballage, accessoires, étiquetage.
- **Encaissement clair et rapide** : moyens de paiement, montant annoncé, ticket papier ou envoyé.
- **Documents obligatoires remis** : ticket, garantie, notice, règles de retour expliquées.
- **Procédure de retour simple** : ticket, contrôle, motif, échange prioritaire ou remboursement, dossier client et délai SAV.

Prends la température du client avant qu'il parte et termine par un remerciement avec invitation à revenir. Côté organisation, range tickets par jour et note tout écart de caisse pour gagner du temps et te protéger.

Chapitre 5 : Gérer réclamations

1. Recevoir la réclamation :

Identifier le motif :

Commence par écouter sans interrompre, note le problème précis, la date, le ticket ou le produit concerné, et la demande du client pour pouvoir tracer la réclamation correctement et rapidement.

Accueil et attitude :

Montre de l'empathie en quelques phrases simples, résume la plainte pour vérifier que tu as bien compris, et annonce les étapes suivantes clairement pour rassurer le client.

Prioriser la réclamation :

Détecte l'urgence en fonction du risque sécurité, du montant ou d'un client fidèle, et fixe un délai de traitement prioritaire si nécessaire pour éviter l'escalade.

Exemple d'accueil d'un client :

Bonjour Madame, je comprends que votre cafetière fuit depuis hier, nous allons vérifier la garantie et vous proposer une solution sous 48 heures.

2. Analyser et décider :

Collecter les preuves :

Rassemble le ticket de caisse, la photo du produit, le numéro de série, et les échanges par mail ou messagerie, car date et heure sont indispensables pour la traçabilité administrative.

Proposer une solution immédiate :

Si c'est réparable en magasin, propose la réparation sous 7 jours ou un échange immédiat selon stock, sinon propose le remboursement avec un délai estimé de 10 jours.

Escalade et validation :

Si la demande dépasse tes pouvoirs, alerte ton responsable dans les 24 heures, fournis un résumé écrit de 3 à 5 lignes et joins les preuves pour accélérer la décision.

Exemple d'analyse :

Un client réclame le remboursement pour un produit acheté 10 jours avant, la photo prouve un défaut, la demande est validée et traitée en 48 heures.

Type de réclamation	Action recommandée
Produit défectueux	Photo + diagnostic, réparation 7 jours ou remboursement sous 10 jours

Article manquant	Vérifier préparation, proposer envoi sous 48 heures ou bon d'achat 10 €
Livraison tardive	S'excuser, tracer le suivi, proposer un geste commercial selon le retard

3. Suivre et améliorer le service :

Clore avec un suivi :

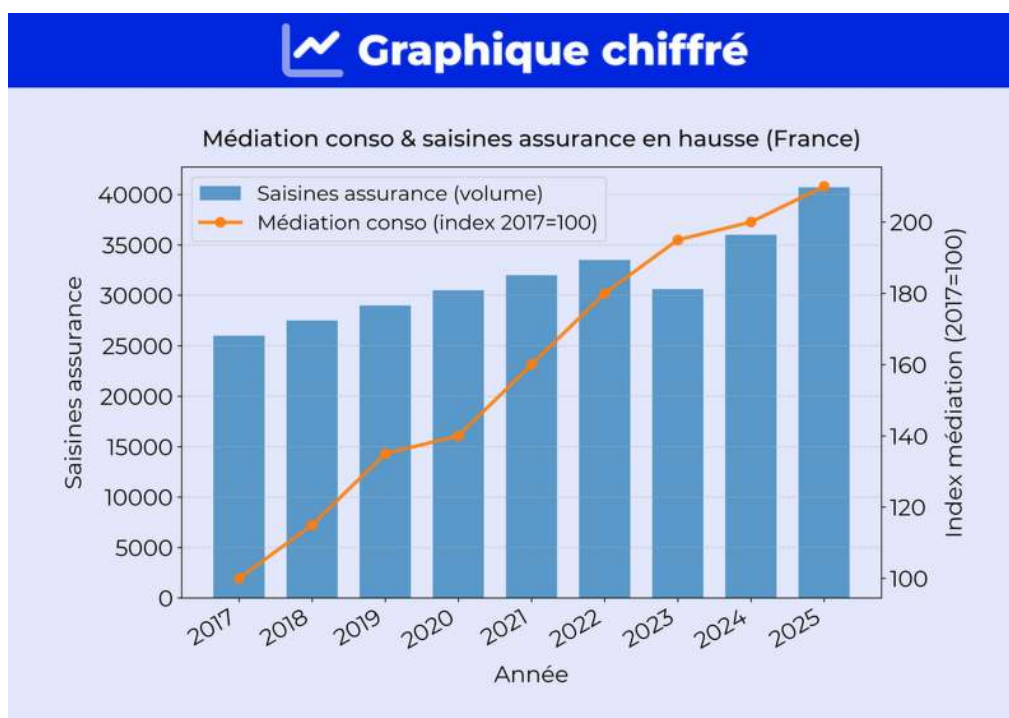
Confirme par écrit la solution, indique les délais, envoie un message de suivi après la résolution à J+3 et demande un retour de satisfaction rapide pour mesurer l'impact.

Capitaliser et former l'équipe :

Enregistre la réclamation dans le fichier central, note la cause et la solution, partage le cas en 15 minutes de brief avec l'équipe pour éviter les récurrences et améliorer les procédures.

Indicateurs et objectifs :

Suis des indicateurs simples, par exemple taux de résolution 48h 80%, délai moyen de traitement 36 heures, et taux de satisfaction post-réclamation 90% comme objectif ambitieux.



Mini cas concret :

Contexte: un client reçoit 20 articles abîmés. Étapes: photos, contrôle, validation du responsable en 24 heures, proposition remboursement ou échange. Résultat: remboursement de 1 200 € effectué en 5 jours. Livrable: fiche réclamation Excel, 1 ligne par article.

Exemple d'amélioration continue :

Après 3 cas similaires en 2 semaines, l'équipe a modifié l'emballage, réduisant les réclamations transport de 40% en 1 mois.

Étape	Action opérationnelle
Réception	Écouter, noter motif, collecter preuves
Analyse	Vérifier garantie, proposer solution sous 48 heures
Décision	Valider avec responsable si > 150 € ou hors standard
Clôture	Confirmer par écrit et relancer à J+3

Astuce terrain :

Garde un modèle d'email prêt pour 4 types de réclamation, cela te fait gagner 5 à 10 minutes par dossier et limite les oublis.

Exemple de résultat chiffré après mise en place :

En structurant le processus, une petite boutique a réduit son délai moyen de traitement de 72 à 36 heures et a augmenté le taux de satisfaction après réclamation de 68% à 88% en 2 mois.



Ce qu'il faut retenir

Pour bien gérer une réclamation, reste structuré: **écoute sans interrompre**, reformule, puis trace tout (motif, date, produit, demande) et évalue l'urgence.

- Collecte des **preuves complètes** (ticket, photos, n° de série, échanges) pour sécuriser la traçabilité.
- Propose une **solution sous 48 heures** quand c'est possible: réparation (7 jours), échange, ou remboursement (10 jours).
- Si ça dépasse tes pouvoirs, escalade au responsable sous 24 h avec un résumé clair et les pièces jointes.

Clôture en confirmant par écrit et en faisant un **suivi à J+3**. Capitalise: enregistre le cas, partage-le à l'équipe, et suis des indicateurs (délai, taux de résolution, satisfaction) pour éviter les récidives.

Copyright © 2026 FormaV. Tous droits réservés.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.